

**KAJIAN PASARAN KE ATAS KEPERLUAN KURSUS PSIKOLOGI INDUSTRI
DI MALAYSIA**

**SITI RAHMAH BINTI AWANG
AHMAD SHUKRI BIN MOHD. NAIN
ISHAK BIN MAD SHAH
YATIMAH BINTI SARMANI**

**VOT PENYELIDIKAN:
75176**

**Jabatan Pembangunan Sumber Manusia
Fakulti Pengurusan dan Pembangunan Sumber Manusia
Universiti Teknologi Malaysia**

2006

UNIVERSITI TEKNOLOGI MALAYSIA

BORANG PENGESAHAN
LAPORAN AKHIR PENYELIDIKAN

TAJUK PROJEK : KAJIAN PASARAN KE ATAS KEPERLUAN KURSUS PSIKOLOGI
INDUSTRI DI MALAYSIA

Saya SITI RAHMAH AWANG
(HURUF BESAR)

Mengaku membenarkan **Laporan Akhir Penyelidikan** ini disimpan di Perpustakaan Universiti Teknologi Malaysia dengan syarat-syarat kegunaan seperti berikut :

1. Laporan Akhir Penyelidikan ini adalah hakmilik Universiti Teknologi Malaysia.
2. Perpustakaan Universiti Teknologi Malaysia dibenarkan membuat salinan untuk tujuan rujukan sahaja.
3. Perpustakaan dibenarkan membuat penjualan salinan Laporan Akhir Penyelidikan ini bagi kategori TIDAK TERHAD.
4. * Sila tandakan (/)

☐

SULIT

(Mengandungi maklumat yang berdarjah keselamatan atau Kepentingan Malaysia seperti yang termaktub di dalam AKTA RAHSIA RASMI 1972).

☐

TERHAD

(Mengandungi maklumat TERHAD yang telah ditentukan oleh Organisasi/badan di mana penyelidikan dijalankan).

☒

TIDAK
TERHAD


TANDATANGAN KETUA PENYELIDIK

SITI RAHMAH @ ATIE AWANG
STATISTICS LECTURER
Faculty of Management &
Human Resources Development,
UTM, 81310 Skudai.
Tel: 07-5525408

~~Nama & Geopukong Penyelidik~~

Tarikh : 10 Mac 2006

CATATAN : * Jika Laporan Akhir Penyelidikan ini SULIT atau TERHAD, sila lampirkan surat daripada pihak berkuasa/organisasi berkenaan dengan menyatakan sekali sebab dan tempoh laporan ini perlu dikelaskan sebagai SULIT dan TERHAD.

PENGHARGAAN

Dengan nama Allah yang Maha Pemurah lagi Maha Mengasihani

Tanpa taufik, hidayah, kekuatan dan kesabaran yang dikurniakan olehNya nescaya Penyelidikan Vot 75176 ini tidak dapat dilaksanakan dan laporan akhir ini tidak dapat disiapkan.

Pertama sekali kami ingin merakamkan ucapan terima kasih kepada Pusat Pengurusan Penyelidikan (RMC), Universiti Teknologi Malaysia kerana memberi laluan dan peluang kepada kami untuk menjalankan penyelidikan ini dan memudahkan perjalanan kajian ini.

Penghargaan juga kami tujukan kepada Dekan Fakulti Pengurusan dan Pembangunan Sumber Manusia (FPPSM), Prof. Madya Dr. Durrishah Idrus dan Timbalan Dekan (PSP), Dr. Wan Khairuzzaman Wan Ismail di atas segala sokongan dan kepercayaan yang diberikan. Segala nasihat dan teguran membina yang diberikan hanya Allah yang dapat membalasnya. Tidak lupa yang dihormati, Ketua Jabatan Pembangunan Sumber Manusia, Prof. Madya Paima Atoma di atas segala sokongan, kesungguhan dan kesabaran yang telah ditunjukkan. Terima kasih kerana sentiasa sabar melayan kerenah dan mendengar segala keluhan kami.

Jutaan terima kasih yang tidak terhingga kepada semua responden yang telah terlibat dalam kajian ini. Semoga dengan kerjasama yang telah diberikan, satu pembaharuan akan dapat dihasilkan dalam sistem pendidikan negara.

Tidak ketinggalan kepada Dr. Masputeriah, PM Dr. Salbiah, Dr. Abdul Halim Raof, Puan Nur Al Huda, Cik Asliza, Cik Wahida dan Cik Nur Azlina yang telah

banyak membantu perjalanan projek ini terutamanya ketika bantuan kalian amat diperlukan.

Seungkap syair Arab untuk renungan bersama:

“ Musuh-musuhku itu ada baiknya kepadaku, ada pula pemberiannya yang baik tidak ternilai olehku.

Sebab itu, moga-moga Tuhan Ar-Rahman tidak menjauhkan daku dari musuh-musuhku.

Mereka korek-korek kesalahanku, lantaran itu aku dapat menyingkirkan diri dari kesalahan.

Mereka berlumba-lumba dengan aku, sebab itu aku dapat mencari kemuliaan dan ketinggian!”

Akhir sekali penghargaan ini kami tujukan kepada semua yang terlibat secara langsung dan tidak langsung dalam menjayakan keseluruhan projek Vot 75176 ini.

Terima kasih.

ABSTRAK

Fakulti Pengurusan dan Pembangunan Sumber Manusia (FPPSM) bercadang untuk menawarkan satu kursus baru, Sarjana Muda Psikologi Industri. Bagi merealisasikan program ini, satu survei telah dijalankan bagi mengkaji permintaan pasaran kerja terkini bagi memastikan kurikulum dan program yang dirancang boleh dipasarkan.

Kajian ini telah dijalankan dari Februari 2005 hingga Julai 2005 ke atas 73 organisasi dan pelabur yang berpengaruh di Malaysia. Kesemua organisasi ini telah dipilih melalui kaedah pensampelan bertujuan dan 'snowball'. Satu set soalselidik yang mengandungi 86 item telah diedarkan bagi mendapatkan maklumat mengenai isu kajian dari organisasi yang terlibat. Soalselidik tersebut telah diedarkan secara persendirian dan melalui pos. Secara umumnya, ramai daripada responden tahu akan kewujudan ahli psikologi industri (43.8%) tetapi mereka tidak pasti apakah peranan sebenar seorang ahli psikologi industri dalam sebuah organisasi (53.4%). Walaupun seramai 61.6% responden percaya dengan adanya ahli psikologi dalam industri mereka boleh membantu meningkatkan produktiviti dan memperbaiki reputasi mereka tetapi 64.4% daripada responden masih belum bersedia untuk mengambil graduan psikologi industri di syarikat mereka. Hasil dapatan kajian juga mencadangkan masa depan bidang psikologi industri. Menurut responden, bidang ini mempunyai masa depan yang cerah dalam masa lima tahun yang akan datang. Perhatian perlu diberikan dalam peranan serta fungsi seorang ahli psikologi industri dalam organisasi dan bagaimana mereka boleh menyumbang kepada produktiviti, keefisienan, dan masalah di tempat kerja. Responden juga percaya kurangnya promosi dan pengiktirafan daripada pihak kerajaan, penggubal polisi, dan menara gading. Situasi ini boleh diperbaiki melalui iklan dan dari mulut ke mulut. Walau bagaimanapun, ramai responden berpendapat bahawa graduan dari bidang ini adalah setaraf dengan graduan dari bidang yang lain. Graduan keluluasan psikologi industri

ini boleh ditempatkan di pelbagai jabatan seperti sumber manusia, kewangan, pengurusan, pemasaran, dan akademik.

Sebagai kesimpulannya, kajian ini mendapati bahawa kursus Psikologi Industri diperlukan oleh pasaran semasa. Di samping itu, kursus ini dipercayai lebih baik untuk pasaran sekiranya ianya merupakan program minor sama ada ditawarkan minor dengan bidang Pengurusan Teknologi(50.7%) ataupun Kaunseling(47.9%).

ABSTRACT

The Faculty of Management and Human Resource Development (FPPSM), Universiti Teknologi Malaysia is planning to offer a new programme, Bachelor of Industrial Psychology. For this programme to materialise, a survey has been conducted to study the demand of the current labor market in order to ensure that the curriculum and programme designed will be marketable.

The survey was performed from February 2005 to July 2005 on 73 influential organizations and stakeholders in Malaysia. These organizations were selected by purposive and snowball sampling technique. A set of 86-item questionnaire was constructed to obtain informative feedback on the issues from various organizations. The questionnaires were distributed personally and by mail. In general, many of the respondents know the existence of the I/O psychologist (43.8%) but they are not sure the actual role of I/O psychologist in an organization (53.4%). Even though 61.6% of the respondents believed that the adoption of industrial psychologists could increase their productivity and improve their reputation but 64.4% of the respondents are still not ready to hire an industrial psychologist. The findings from this study also suggest the future of industrial psychology field. According to the respondents, industrial psychology has brighter future and prospects in the next five years. Particular attention should be paid to the role and function of industrial psychology in organizations and how they can contribute to the organization productivity, efficiency, and work problem. Respondents also perceived that there is a lack of promotion and recognition, particularly from the government, policy makers, and education providers. This situation can be improved through advertisements or by word of mouth. However, many feel that the graduates from this discipline are as competitive as from other disciplines in the local job demand and they can be placed in various departments such as human resource, finance, management, marketing, and academic.

As a conclusion, this survey indicated that Industrial Psychology program is needed in the current market. In addition, the program is believed to be more marketable if it is a minor program either minor in Technology Management (50.7%) or minor in Counseling (47.9%).

KANDUNGAN

BAB	PERKARA	HALAMAN
	TAJUK	i
	PENGAKUAN	ii
	PENGHARGAAN	iii
	ABSTRAK	v
	ABSTRACT	vii
	KANDUNGAN	ix
	SENARAI JADUAL	xiv
	SENARAI RAJAH	xvi
	SENARAI LAMPIRAN	xvii
BAB 1	PENDAHULUAN	1
1.1	Pengenalan	1
1.2	Latar Belakang Kajian	2
1.3	Pernyataan Masalah	4
1.4	Objektif Kajian	6
1.5	Matlamat Kajian	7
1.6	Kepentingan Kajian	7
1.7	Skop Kajian	8
1.8	Definisi Konseptual	8
1.8.1	Kajian Permintaan Pasaran	8
1.8.2	Kursus Psikologi Industri	8
1.9	Definisi Operasional	9
1.9.1	Kajian Permintaan Pasaran	9
1.9.2	Kursus Psikologi Industri	10

BAB 2	KAJIAN LITERATUR	11
2.1	Pengenalan	11
2.2	Pasaran Kerja Semasa	11
2.3	Kemahiran Generik	13
2.4	Senario Pasaran Kerja di Malaysia	15
2.5	Pengertian Psikologi I/O	18
2.5.1	Perspektif Psikologi I/O	19
2.5.2	Perkembangan Bidang Psikologi I/O	20
2.5.3	Faktor Perkembangan Psikologi I/O	23
2.6	Skop Perbincangan Psikologi Industri	25
2.6.1	Pengenalan Psikologi Industri	25
2.6.2	Pengenalan Psikologi Organisasi	26
2.6.3	Psikologi Kejuruteraan	26
2.6.4	Psikologi Pengguna	27
2.6.5	Hubungan Industri	27
2.7	Kajian-kajian Berkaitan dengan Isu-isu Psikologi I/O	28
2.7.1	Kepuasan Kerja	28
2.7.2	Tekanan Kerja	28
2.8	Penawaran Kursus Psikologi Industri Semasa	29
2.8.1	Tempatan	29
2.8.1.1	Universiti Malaysia Sabah (UMS)	29
2.8.1.2	Universiti Kebangsaan Malaysia (UKM)	30
2.8.2	Luar Negara	30
2.8.2.1	Amerika Syarikat	30
2.8.2.2	United Kingdom	31
2.8.2.3	Australia	31
2.8.2.4	New Zealand	31
2.8.3	Perbandingan dengan Program Akademik di Universiti Luar Negara	32
2.9	Rumusan	32

BAB 3	METODOLOGI	33
3.1	Pengenalan	33
3.2	Rekabentuk Kajian	33
3.3	Sampel Kajian	33
3.3.1	Sampel	34
3.3.2	Kaedah Pensampelan	34
3.4	Kaedah Pengumpulan Data	35
3.5	Soalselidik	35
3.6	Kaedah Analisis Data	36
3.7	Kekangan Kajian	36
BAB 4	ANALISIS DATA	37
4.1	Pendahuluan	37
4.2	Analisis Permintaan Pasaran ke atas Keperluan Psikologi Industri Berdasarkan Pandangan Organisasi dan Industri di Malaysia	38
4.2.1	Ciri-ciri Demografi Responden (Bahagian A)	38
4.2.1.1	Taburan Jantina Responden	38
4.2.1.2	Taburan Umur Responden	38
4.2.1.3	Taburan Etnik Responden	39
4.2.1.4	Taburan Jawatan Responden	40
4.2.1.5	Taburan Responden Mengikut Jabatan	40
4.2.1.6	Taburan Responden Mengikut Jenis Organisasi/Industri	41
4.2.1.7	Kategori Organisasi	42
4.2.1.8	Taburan Mengikut Negeri	43
4.2.2	Analisis Deskriptif Kesesuaian Subjek dalam Program Psikologi Industri (Bahagian B)	44
4.2.2.1	Kekuatan Subjek	47
4.2.2.2	Nama Penganugerahan Ijazah	48

4.2.3	Analisis Deskriptif Prospek Kerjaya (Bahagian C)	51
4.2.3.1	Bilangan Jawatan	51
4.2.3.2	Jawatan yang Layak Dipohon	51
4.2.3.3	Kelayakan Pendapatan yang Akan Ditawarkan	52
4.2.3.4	Peluang Kenaikan Pangkat	53
4.2.3.5	Peluang Tahap Jawatan untuk Kenaikan Pangkat	54
4.2.4	Analisis Deskriptif Kefahaman Organisasi Mengenai Peranan Psikologi Industri (Bahagian D)	54
4.2.4.1	Kefahaman Organisasi Mengenai Peranan Psikologi Industri	54
4.2.4.2	Isu-isu di Tempat Kerja	56
4.2.4.3	Kriteria yang Diutamakan oleh Majikan	58
BAB 5	KESIMPULAN	59
5.1	Pengenalan	59
5.2	Latar Belakang Responden	59
5.3	Program yang Perlu Ditawarkan	60
5.4	Struktur dan Kandungan Silibus	61
5.5	Kesesuaian Subjek yang Ditawarkan	62
5.6	Prospektif dan Masa Depan Graduan Program	63
5.6.1	Peluang Kerjaya bagi Graduan Program	63
5.7	Isu dan Konflik Organisasi Semasa	64
5.8	Bidang Psikologi Industri dari Perspektif Industri	65
5.9	Kriteria yang Diperlukan oleh Majikan	66
5.10	Cadangan bagi Memajukan Bidang Psikologi Industri	66
5.11	Rumusan	67

RUJUKAN**69****LAMPIRAN****74**

SENARAI JADUAL

NO. JADUAL	TAJUK	HALAMAN
4.1	Umur responden.	39
4.2	Taburan jawatan responden.	40
4.3	Taburan jabatan responden.	41
4.4	Taburan responden mengikut jenis organisasi/industri.	41
4.5	Kategori organisasi.	42
4.6	Taburan mengikut negeri.	43
4.7	Kesesuaian subjek bagi program Psikologi Industri.	44
4.8	Subjek yang mendapat peratusan yang tinggi.	46
4.9	Subjek yang mendapat peratusan yang rendah.	47
4.10	Kekuatan subjek berdasarkan kriteria tertentu.	48
4.11	Taburan responden yang memilih minor atau tanpa minor.	49
4.12	Taburan responden yang memilih penganugerahan ijazah yang sesuai di pasaran.	49
4.13	Cadangan minor daripada responden.	50
4.14	Taburan kekerapan dan peratusan bilangan jawatan yang ditawarkan.	51
4.15	Jawatan yang layak dipohon.	52
4.16	Kelayakan pendapatan yang akan ditawarkan.	53
4.17	Peluang kenaikan pangkat.	53
4.18	Peluang tahap jawatan untuk kenaikan pangkat.	54
4.19	Pengetahuan organisasi mengenai peranan Psikologi Industri.	54
4.20	Tahap keprihatinan terhadap isu-isu di tempat kerja.	56
4.21	Kriteria yang diutamakan oleh majikan.	58
5.1	Ciri-ciri responden kajian pihak industri.	60

5.2	Cadangan minor.	61
5.3	Subjek yang mendapat peratusan tinggi (Industri).	62
5.4	Peluang kerjaya graduan Psikologi Industri.	64
5.5	Kriteria yang paling diutamakan oleh industri kajian.	66

SENARAI RAJAH

NO. RAJAH	TAJUK	HALAMAN
4.1	Responden kajian.	37
4.2	Jantina responden.	38
4.3	Etnik responden.	39
4.4	Taburan responden mengikut jenis organisasi/industri	41
4.5	Taburan jawapan responden.	50

SENARAI LAMPIRAN

NO. LAMPIRAN	TAJUK	HALAMAN
1	Borang Soalselidik	74

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Pengenalan

Sepanjang tempoh Rancangan Malaysia ke-8 (RMK 8) yang lalu, peningkatan prestasi ekonomi negara secara tidak langsung telah meningkatkan juga pertumbuhan guna tenaga di negara ini. Selaras dengan peralihan ekonomi ke arah penggunaan modal yang lebih besar dan proses pengeluaran yang berasaskan pengetahuan, permintaan pasaran buruh akan lebih tertumpu kepada guna tenaga berkemahiran tinggi. Oleh itu, negara perlu mewujudkan lebih banyak tenaga manusia terlatih, berkemahiran, dan berpengetahuan untuk mengekalkan pertumbuhan ekonomi dan meningkatkan daya saing.

Bagi tujuan ini, usaha perlu diteruskan untuk memperkukuh program pendidikan dan latihan agar dapat bertindakbalas dengan lebih cepat terhadap perubahan keperluan industri, perkembangan teknologi, dan permintaan pasaran. Oleh itu, teras pembangunan sumber manusia dalam tempoh rancangan ialah untuk meningkatkan aspek kualitatif sumber manusia selaras dengan keperluan ekonomi berasaskan pengetahuan. Oleh itu, kerajaan melalui Rancangan Malaysia ke-9 akan terus memberi keutamaan kepada pembangunan sumber manusia untuk menyokong pelaksanaan pertumbuhan produktiviti yang memerlukan tenaga manusia berkemahiran tinggi, mudah dilatih, dan berpengetahuan. Sehubungan dengan itu, sistem pendidikan dan latihan perlu dimantapkan untuk mengeluarkan tenaga kerja yang mempunyai keupayaan dalam pelbagai bidang, kemahiran serta serba boleh.

Penekanan terhadap aspek kualiti pendidikan pada era ini adalah sangat tepat memandangkan negara kini berhadapan dengan ledakan pembangunan pesat ke arah pencapaian negara maju menjelang tahun 2020. Bahang kepesatan pembangunan ini amat dirasakan apabila wujud persaingan di peringkat global. Impak teknologi terhadap industri dan dunia perniagaan amat signifikan. Teknologi maklumat khususnya memberikan kesan yang besar kepada operasi sesebuah organisasi dan cara bekerja (Ahmad Shukri, 2004). Bagi menghadapi cabaran perubahan-perubahan ini, sumber tenaga kerja yang dilengkapi dengan pelbagai kemahiran amat diperlukan. Salah satu kaedah bagi memastikan kemantapan sistem pendidikan ini adalah melalui kajian pasaran. Tujuannya adalah memastikan kursus dan program yang ditawarkan oleh suatu institusi pengajian itu selaras dengan kehendak pasaran semasa dan graduan program mereka dapat menembusi pasaran kerja terkini. Ini sejajar dengan kenyataan Menteri Pengajian Tinggi, “Prestasi sesebuah IPTA sentiasa diukur berdasarkan kepada *employability* graduannya”(Shafie Haji Mohd. Salleh, 2005).

1.2 Latar Belakang Kajian

Permintaan terhadap sumber tenaga kerja pada masa kini memerlukan seseorang individu itu bukan hanya mempunyai tahap pendidikan tinggi tetapi berserta kemahiran profesional yang selaras dengan perubahan teknologi serta visi dan nilai pekerjaan yang semakin berkembang. Pasaran buruh negara yang kian berubah mendesak para pemohon mempertingkatkan lagi kemahiran dan kompetensi diri dalam konteks yang lebih spesifik dan tidak hanya sekadar berpuas hati dengan kelayakan akademik yang dimiliki (Fariha Aiza *et. al*, 2005).

Dalam hal ini, institusi pendidikan sama ada awam mahupun swasta memainkan peranan penting bagi melahirkan graduan yang mempunyai ‘pakej yang lengkap’ untuk memenuhi keperluan guna tenaga negara. Sebaliknya, senario yang berlaku kini memperlihatkan banjir graduan lepasan institusi pengajian tinggi yang gagal menempatkan diri dalam sektor pekerjaan. Mengikut satu laporan yang dikeluarkan oleh Kementerian Pelajaran Malaysia (*New Straits Times*, 30 Mei 2004,

halaman 1), terdapat 21,000 graduan yang masih menganggur. Baru-baru ini, Perdana Menteri, Datuk Seri Abdullah Ahmad Badawi menyifatkan pengangguran di kalangan siswazah ketika ini sangat serius dan perlu diatasi segera sebelum ia menjadi semakin parah (<http://www.dpmm.org.my>). Laporan Keperluan Guna Tenaga sehingga tahun 2005 yang dikeluarkan oleh Kementerian Sumber Manusia Malaysia baru-baru ini menunjukkan bahawa keperluan sumber manusia tempatan adalah melebihi daripada jumlah jangkaan keluaran guna tenaga. Laporan ini menunjukkan bilangan jawatan kosong yang terbuka kepada seluruh masyarakat Malaysia dalam RMK 8 melampaui bilangan calon yang dianggarkan layak untuk memohon jawatan tersebut. Satu persoalan yang timbul, apakah punca di sebalik isu pengangguran di kalangan siswazah yang semakin meruncing, sedangkan peluang pekerjaan dikatakan luas jika merujuk kepada perangkaan yang dikeluarkan? Adakah lambakan peluang pekerjaan yang dinyatakan tidak sesuai untuk para graduan?

Apakah kriteria sebenar yang diperlukan oleh pihak majikan sehingga menyebabkan para siswazah gagal mendapatkan pekerjaan, sedangkan keadaan pasaran kerja dilaporkan bertambah baik pada tahun 2004? (*Berita Online*, 23 Mac 2005). Hasil kajian oleh Kementerian Pengajian Tinggi Malaysia (*New Sunday Times*, 30 Mei 2004, halaman 1), mendapati sebanyak 57.4% graduan mendapat pekerjaan selepas tamat pengajian, manakala 29.4% graduan masih menganggur dan 13.5% lagi menyambung pengajian ke peringkat yang lebih tinggi. Sebahagian besar daripada graduan yang menganggur adalah berkelulusan dalam bidang pengajian Islam dan Sains Sosial.

Adakah punca pengangguran graduan ini disebabkan oleh masalah kursus atau bidang yang diikuti tidak relevan dengan kehendak pasaran kerja pada masa ini dan akan datang? Jika perkara ini benar, maka pihak universiti khususnya universiti-universiti awam perlu mengkaji semula struktur kurikulum pengajian yang ditawarkan atau membentuk kurikulum baru yang dapat melahirkan tenaga kerja mengikut keperluan guna tenaga negara kini dan masa hadapan.

Perkara ini telah mendapat perhatian Menteri Pengajian Tinggi Malaysia, Datuk Shafie Mohd. Salleh (*New Straits Times*, 30 Mei 2004, halaman 1), bahawa kurikulum pengajian yang dibentuk mestilah bersesuaian dengan kehendak pasaran. Ketidaksesuaian penawaran kerja dan kelulusan atau kemahiran yang dimiliki para graduan menyebabkan golongan ini sukar mendapat pekerjaan. Justeru, maklum balas dan pandangan daripada pihak industri adalah penting kepada graduan untuk membuat persediaan lengkap sebelum memasuki alam pekerjaan. Misalnya, maklumat berkaitan dengan keperluan industri, kemahiran bagi sesuatu pekerjaan, dan ciri-ciri pekerja yang menepati kehendak majikan perlu didedahkan (*New Straits Times*, 30 Mei 2004, halaman 1).

1.3 Pernyataan Masalah

Pelbagai sumber literatur kontemporari yang ditulis oleh para sarjana, penyelidik, penganalisis, dan pengamal pengurusan bersependapat bahawa abad ke-21 akan menghadapi pelbagai perubahan dalam organisasi. Antara perubahan tersebut ialah perubahan struktur organisasi, pendefinisian semula kerja dan pekerjaan, perubahan sifat-sifat kerja, perubahan keperluan kerja, perubahan rekabentuk kerja, dan perubahan terhadap kemahiran dan demografi sumber manusia. Perubahan-perubahan tersebut akan memberi kesan langsung dan signifikan terhadap aspek-aspek psikologi pekerja dan pekerjaan. Sehubungan itu, universiti perlu mengeluarkan graduan-graduan psikologi industri yang mencukupi dan profesional untuk membantu organisasi-organisasi mengurus perubahan tersebut dengan lebih efektif dan efisien.

Menurut laporan Rancangan Malaysia ke-8 (2001-2005), kategori pekerja pentadbiran dan pengurusan terus mencatat kadar pertumbuhan tertinggi sebanyak 8.8 peratus setahun. Di samping itu, dalam tempoh ini pihak kerajaan juga akan terus memberi keutamaan untuk melahirkan lebih ramai sumber tenaga daya manusia yang berkemahiran tinggi dan berpengetahuan tinggi. Justeru, penawaran kursus psikologi industri bukan sahaja bersesuaian dengan hasrat dan perancangan

pendemokrasian pendidikan tersebut, malah graduan-graduan kursus ini akan dapat menampung keperluan pertumbuhan sumber daya manusia yang berketerampilan dan relevan di bidang pentadbiran dan pengurusan di sektor awam dan juga swasta.

Menurut *National Institute of Occupational Safety and Health* (NIOSH), aplikasi prinsip-prinsip ergonomik di tempat kerja dan pengeluaran produk masih terlalu rendah dan tidak meluas dalam sektor industri di negara ini, sedangkan ia adalah penting untuk meningkatkan produktiviti pekerja, mewujudkan persekitaran kerja yang lebih selamat dan selesa, meningkatkan keberkesanan dan kecekapan bekerja serta meningkatkan kepuasan kerja dan produk yang lebih mesra pengguna. Sehubungan ini, graduan-graduan dalam bidang psikologi industri amat diperlukan oleh organisasi untuk membantu mereka menerapkan prinsip-prinsip ergonomik di tempat kerja.

Isu-isu kemanusiaan semakin kerap berlaku di tempat kerja, seperti tekanan kerja atau kesihatan mental, konflik kerja-keluarga, konflik antara pekerja tempatan dan pekerja asing, pergaduhan, diskriminasi, krisis kerjaya, keganasan, gangguan seksual, pembuangan pekerja, dan lain-lain. Perkara-perkara tersebut akan mewujudkan satu persekitaran kerja yang semakin tidak kondusif dan tidak selamat serta mempengaruhi produktiviti pekerja yang semakin menurun. Di samping itu, ianya akan meningkatkan kos operasi dan pengurusan sesebuah organisasi. Oleh itu, organisasi amat memerlukan staf profesional yang mahir dalam menguruskan krisis-krisis kemanusiaan di tempat kerja bagi menjadikan persekitaran kerja di negara ini lebih kondusif dan dinamik. Oleh itu, kursus psikologi industri amat relevan dengan usaha menangani permasalahan semasa yang dihadapi oleh organisasi-organisasi, khususnya di negara ini.

Di Amerika Syarikat terdapat lebih kurang 100 program akademik dalam psikologi industri ditawarkan di institusi-institusi pengajian tinggi (*Society for Industrial and Organisational Psychology*), lebih kurang 16 program ditawarkan di Australia (*Australian Psychological Society*). Namun, di Malaysia sehingga ke hari ini tidak banyak program psikologi industri yang ditawarkan di institusi-institusi pengajian tinggi di peringkat Sarjana Muda dan Sarjana. Program di peringkat

Sarjana Muda hanya terdapat di Universiti Malaysia Sabah dan program Sarjana pula ditawarkan di Universiti Kebangsaan Malaysia dan Universiti Islam Antarabangsa Malaysia. Sedangkan kepakaran dalam bidang psikologi industri amat diperlukan oleh organisasi-organisasi, khususnya di sektor industri. Malah kepakaran dalam bidang ini semakin diperlukan selaras dengan wawasan untuk menjadi negara industri sepenuhnya pada tahun 2020 kelak.

Rantau Asia telah menjadi pusat pertumbuhan ekonomi dunia sejak beberapa dekad kebelakangan ini. Secara umumnya, kadar pertumbuhan ini terus meningkat di samping muncul beberapa pusat pertumbuhan ekonomi yang baru, seperti di negara China dan Vietnam. Di samping itu, aktiviti-aktiviti ekonomi yang bersifat serantau di kalangan negara-negara anggota rantau Asia juga turut meningkat dari semasa ke semasa. Pertumbuhan tersebut tentulah memerlukan lebih ramai sumber daya manusia dalam pelbagai bidang kepakaran. Dengan ini, program psikologi industri mampu melahirkan para profesional yang boleh berkhidmat dalam pelbagai organisasi tempatan dan juga serantau dengan pelbagai peranan seperti perunding, pengurus, penyelidik, dan pensyarah. Dengan perkataan lain, program ini bukan sahaja dapat membantu menyelesaikan masalah pergantungan syarikat-syarikat tempatan dan antarabangsa kepada pakar-pakar perunding dari luar negara, malah membantu negara Malaysia membekalkan ahli-ahli psikologi industri pula ke negara-negara luar.

1.4 Objektif Kajian

Objektif kajian ini adalah untuk:

- 1.4.1 Mengumpul maklumat untuk mendapatkan justifikasi bagi menawarkan kursus baru di Fakulti Pengurusan dan Pembangunan Sumber Manusia (FPPSM), Universiti Teknologi Malaysia (UTM), Skudai.
- 1.4.2 Menilai kesesuaian subjek yang akan ditawarkan bagi kursus Psikologi Industri selaras dengan kehendak pasaran semasa.

- 1.4.3 Mengenalpasti prospek kerjaya graduan Psikologi Industri.
- 1.4.4 Mengkaji pemahaman organisasi terhadap bidang Psikologi Industri.
- 1.4.5 Mengkaji keseriusan isu-isu di tempat kerja yang relevan dengan bidang Psikologi Industri.
- 1.4.6 Mendapatkan input bagi membina kurikulum program Psikologi Industri untuk FPPSM, UTM.

1.5 Matlamat Kajian

Matlamat utama kajian ini adalah untuk mengenalpasti peluang pasaran bagi kursus Psikologi Industri serta mendapatkan input daripada pihak majikan terhadap kursus yang akan ditawarkan di FPPSM ini.

1.6 Kepentingan Kajian

Kajian ke atas permintaan pasaran ini penting dalam membantu pihak fakulti dan universiti untuk membentuk kursus Psikologi Industri di FPPSM, UTM. Maklum balas daripada organisasi sangat penting bagi menyokong kajian ini khususnya untuk mengenalpasti peluang pasaran dan penerimaan pihak organisasi terhadap graduan Psikologi Industri.

Kajian ini juga diharap dapat memberi pendedahan yang berharga kepada organisasi dan industri tentang kepentingan dan peranan yang boleh dimainkan oleh graduan Psikologi Industri dalam sesebuah organisasi. Oleh itu, secara tidak langsung dapat mempromosikan program ini kepada masyarakat khususnya industri-industri di Malaysia.

Di samping itu, kajian ini akan dapat membantu membina kurikulum program Psikologi Industri yang lebih praktikal dan relevan.

1.7 Skop Kajian

Tumpuan utama kajian ini adalah bagi mendapatkan maklum balas mengenai pasaran kursus baru yang akan dibentuk iaitu kursus Psikologi Industri. Fokus akan diberikan kepada organisasi swasta yang bertaraf multinasional, tempatan, dan asing di seluruh Malaysia. Selain organisasi swasta, kajian ini juga akan dijalankan ke atas sektor awam bagi mengenalpasti peluang pasaran yang bakal diperolehi oleh graduan kursus ini.

1.8 Definisi Konseptual

1.8.1 Kajian Permintaan Pasaran

Kajian terhadap keperluan dan kehendak pengguna (*Oxford Dictionary*, 1994). Kajian pasaran merupakan pandangan pihak industri berkenaan program-program yang ditawarkan adalah diwajibkan oleh Kementerian Pengajian Tinggi dalam permohonan program baru di IPT Malaysia. Kurikulum program baru yang ditawarkan mesti sentiasa dikaji agar ia mengikut peredaran semasa (Laporan Parlimen ke-11, 2005).

1.8.2 Kursus Psikologi Industri

Psikologi Industri/Organisasi (I/O) didefinisikan sebagai kajian mengenai tingkah laku dan proses mental pekerja dalam pekerjaan di bawah satu situasi yang

terkawal baik dan bersistematik (Schultz dan Schultz, 1998). Pengertian ini menjelaskan bahawa ahli-ahli psikologi I/O mengaplikasikan kaedah-kaedah, teknik-teknik dan pengetahuan psikologi ke dalam pekerjaan bagi tujuan menghurai, menjelas, meramal, dan mengawal masalah-masalah tingkah laku kerja dan proses mental pekerja ke arah penyelesaian supaya kualiti kerja pekerja dapat ditingkatkan. Untuk memahami dengan lebih lanjut, pengertian psikologi I/O boleh dijelaskan berdasarkan tiga elemen penting yang terkandung di dalamnya, iaitu pekerja, pekerjaan, dan industri atau organisasi (Schultz dan Schultz, 1998).

Spector (2003) mendefinisikan Psikologi Industri/Organisasi sebagai satu cabang psikologi yang menekankan aspek perkembangan dan aplikasi saintifik prinsip-prinsip psikologi di tempat kerja. Ahli psikologi I/O tidak berurusan secara langsung dengan masalah personal dan emosi pekerja. Psikologi Industri memfokus kepada isu-isu yang berkaitan dengan rekabentuk kerja, pemilihan pekerja, latihan pekerja, dan penilaian prestasi. Sementara Psikologi Organisasi memfokus kepada memahami tingkah laku dan membangunkan tingkah laku pekerja di tempat kerja. Ini merangkumi sikap pekerja, tingkah laku pekerja, tekanan kerja, dan penyeliaan.

1.9 Definisi Operasional

1.9.1 Kajian Permintaan Pasaran

Secara operasionalnya, kajian permintaan pasaran ini merujuk kepada kajian tinjauan yang dijalankan untuk mendapatkan maklumat dan maklum balas daripada organisasi-organisasi awam dan swasta seluruh negara bagi tujuan mengenalpasti peluang pasaran kerja bagi bakal-bakal graduan kursus Psikologi Industri yang akan diwujudkan kelak.

1.9.2 Kursus Psikologi Industri

Hasil dapatan kajian ini akan membantu dalam perancangan program dan pembentukan kurikulum kursus baru dalam bidang Psikologi Industri di UTM supaya lebih mantap dan dapat memenuhi permintaan pasaran semasa dan akan datang. Penawaran kursus Psikologi Industri ini akan dapat membantu kerajaan melahirkan lebih ramai graduan yang berupaya dan berkebolehan menguruskan krisis-krisis kemanusiaan di industri dengan profesional dan seterusnya menghasilkan persekitaran tempat kerja yang lebih kondusif dan dinamik. Bagi menyahut cabaran di alaf baru dan era ICT, adalah penting pihak pengajian tinggi dengan sokongan kerajaan mengeluarkan graduan-graduan psikologi industri yang mencukupi dan profesional untuk membantu organisasi dalam mengurus perubahan dan permasalahan yang berlaku dengan lebih efektif dan efisien.

BAB 2

KAJIAN LITERATUR

2.1 Pengenalan

Bab 2 ini akan menumpukan kepada teori dan prinsip yang digunapakai dalam mengkaji pasaran kerja semasa dan kursus psikologi industri yang ditawarkan oleh universiti tempatan dan luar negara. Bab ini akan membincangkan sejarah perkembangan psikologi industri dan organisasi (I/O) dan kajian tentang isu-isu yang berkaitan dengan psikologi industri.

2.2 Pasaran Kerja Semasa

Kesukaran untuk mendapatkan pekerjaan tetap dengan gaji yang lumayan setimpal dengan kelulusan sering dikaitkan dengan peningkatan penawaran dan keperluan sumber manusia yang sentiasa berubah dan akhirnya menyebabkan masalah pengangguran disebabkan kursus yang diambil tidak lagi relevan dengan keadaan semasa. Sehingga Mac 2004, kadar pengangguran mencatatkan seramai 66,300 orang di mana 48,100 daripada jumlah ini adalah siswazah Melayu (Harian Metro, 27 September 2004). Kini, bidang yang ditawarkan oleh sesebuah institusi pengajian tinggi telah dipelbagaikan dan secara tidak langsung menyebabkan saingan sengit dalam persekitaran kerja semasa yang kian mencabar. Redman dan Mathews (1995) menyatakan bahawa pasaran bagi kemahiran tertentu yang sentiasa berubah mengakibatkan sesetengah kemahiran kurang diberi perhatian sebagaimana

sepatutnya. Sebagai contoh, bidang sains komputer dianggap sebagai satu bidang amat kompetitif suatu ketika dahulu tetapi kini semakin berkurangan.

Pasaran kerja mengandungi dua elemen asas yang mampu mencorak senario dan perkembangan pasaran tersebut dari semasa ke semasa (Heneman III dan Judge, 2003). Dua elemen tersebut adalah:

- **Permintaan sumber manusia**

Organisasi atau pihak majikan menyatakan kriteria kelayakan dan keperluan yang spesifik dalam diri seseorang pekerja yang sesuai dengan jawatan yang ditawarkan.

- **Penawaran (bekalan) sumber manusia**

Individu atau pemohon menyatakan keperluan mereka terhadap kerja dan mengetengahkan kelayakan yang dimiliki untuk disesuaikan dengan kekosongan jawatan yang ada.

Maka, maklumat terkini diperlukan supaya dapat dijadikan panduan kepada kerajaan, sektor swasta, ahli politik, ahli akademik, para pemburu kerja dan terutamanya mereka yang bercita-cita untuk ke menara gading. Kajian pasaran merupakan metod yang paling efektif dalam mendapatkan maklumat daripada organisasi dan industri di sektor kerajaan mahupun swasta mengenai kekosongan jawatan, kemahiran generik serta kursus yang berpotensi dalam keperluan pasaran kerja semasa. Lantaran itu, kajian ini telah dijalankan untuk menghasilkan satu rumusan mengenai analisis keperluan pasaran kerja yang boleh dijadikan panduan kepada Fakulti Pengurusan dan Pembangunan Sumber Manusia (FPPSM) amnya dan Universiti Teknologi Malaysia (UTM) khasnya dalam perancangan penawaran kursus baru iaitu Sarjana Muda Psikologi Industri.

UTM sebagai contohnya telah melahirkan seramai 2,736 orang graduan iaitu seramai 1,779 lulusan ijazah dan 583 lulusan diploma pada tahun 2004 dari pelbagai bidang (UTM, 2004). Dari jumlah graduan ini, berapa persoalan akan timbul. Adakah mereka ini akan berjaya menempatkan diri mereka dalam pasaran kerja

tempatan dan terkini? Apakah ilmu yang diperolehi sepanjang keberadaan mereka di UTM akan dihargai dan dipergunakan dalam menagih pekerjaan dari para majikan? Krannich (1993) menyatakan bahawa pihak majikan menggaji seseorang itu sebagai pekerjanya adalah kerana kekuatan dan kelebihanannya bukan kerana kelemahannya. Oleh itu, apakah kekuatan yang perlu ada dalam diri mereka?

Oleh itu, penekanan terhadap kehendak pasaran kerja semasa perlu diberi keutamaan sebelum perangkaan suatu kursus baru diluluskan. Ianya bertujuan bagi mendapatkan persepsi yang positif daripada industri tentang keperluan pekerjaan pada masa sekarang dan sepuluh tahun akan datang bagi memastikan graduan dari kursus yang diambil berjaya memperolehi pekerjaan berserta gaji yang setimpal dengan kelulusan.

2.3 Kemahiran Generik

Selain taraf pendidikan, pasaran kerja sering dikaitkan dengan keperluan pihak majikan terhadap kemahiran-kemahiran tertentu juga turut berubah mengikut perkembangan semasa. Di era globalisasi kini, kemahiran amat ditekankan oleh para majikan bagi memastikan pekerja mereka berdaya saing, mempunyai jati diri yang tinggi, dan mampu menghadapi arus globalisasi.

Selain itu, beberapa kriteria yang diperlukan dalam jenis pekerjaan yang ditawarkan turut mengalami perubahan mengikut peredaran masa. Jawatan bagi kelulusan tertentu yang dahulunya hanya menyenaraikan beberapa kriteria minimum, kini telah menambah nilai keperluan jawatan tersebut dengan tambahan beberapa syarat yang perlu dipenuhi oleh pemohon dengan mengambil kira keperluan semasa organisasi seperti boleh berbahasa Mandarin, dan syarat ini menjadi kekangan kepada pemohon yang bukan berbangsa Cina.

Masalah kesukaran graduan menembusi pasaran kerja dan pengangguran di Malaysia turut dipengaruhi oleh kelayakan akademik seseorang yang tidak memenuhi kehendak pasaran kerja semasa. Seseengah jurusan yang diambil ketika pengajian tidak lagi popular mengikut permintaan pekerjaan terkini dan sekiranya ada, pasaran kerjanya terhad. Walaupun mempunyai kelebihan dari segi pencapaian akademik, tetapi masih terdapat kekurangan dalam aspek tahap pengalaman bekerja dan kemahiran tertentu yang menjadi keutamaan organisasi. Sesebuah organisasi bukan sahaja menghendaki seseorang yang mantap dari segi kebolehan intelektualnya malah mampu menguasai beberapa kemahiran tertentu yang menjadi pelengkap kepada kelancaran tugas yang bakal disandang. Kelemahan inilah yang kadang kala menjadi penyebab dan punca kegagalan para pemohon lepasan universiti merebut peluang dalam senario pasaran kerja masa kini.

Situasi permintaan pasaran kerja di Malaysia kini amat menekankan kemahiran sampingan selain daripada keputusan yang baik. Kemahiran komunikasi dan interpersonal kini dianggap salah satu kriteria yang perlu diambil perhatian. Bahasa Inggeris jelas dijadikan 'tiket' untuk mendapatkan peluang pekerjaan yang lebih cerah. Oleh itu, para graduan haruslah melengkapkan diri dengan kemahiran sampingan dan generik serta menekankan kemahiran berbahasa dan tidak hanya bergantung kepada satu bahasa sahaja. Para pengeluar graduan pula seperti kolej dan universiti seharusnya peka dengan kehendak semasa. Pembaharuan perlu dilaksanakan dan tidak boleh lagi bergantung kepada kurikulum yang telah lapuk. Sebagaimana yang dinyatakan dalam Laporan Malaysia ke-8, kerjasama antara institusi pendidikan tinggi, institusi penyelidikan dan sektor swasta perlu dipergiatkan. Dengan kaedah ini, keperluan kemahiran dan kriteria semasa yang diperlukan oleh para majikan diketahui dan tindakan boleh diambil bagi memastikan graduan yang dilahirkan benar-benar bersedia untuk diserapkan ke dalam pasaran kerja semasa.

Oleh itu bagi melengkapkan para graduan dengan kemahiran yang utama bagi menambah kebarangkalian memperolehi pekerjaan, UTM telah menekankan beberapa kemahiran generik dalam sistem pengajarannya. Kemahiran generik yang ditekankan adalah:

- i. menyelesaikan masalah
- ii. bekerja dalam kumpulan
- iii. menyesuaikan diri
- iv. kemahiran berkomunikasi
- v. pembelajaran berterusan
- vi. jati diri
- vii. etnik dan integriti

2.4 Senario Pasaran Kerja di Malaysia

Situasi pasaran kerja yang kompetitif memerlukan kemahiran generik selain daripada keputusan yang cemerlang. Kemahiran komunikasi dan interpersonal kini diterima sebagai kriteria yang perlu ada dalam diri seorang graduan. Kemampuan berbahasa Inggeris jelas menjanjikan peluang pekerjaan yang lebih besar. Oleh itu, para graduan haruslah melengkapi diri dengan kemahiran teknikal, sampingan dan bahasa.

Corak pasaran kerja di Malaysia turut mengalami perubahan yang agak ketara dalam beberapa tahun kebelakangan ini. Jika 10 tahun yang lepas, pemohon kerja di kalangan graduan masih boleh menarik nafas lega disebabkan permintaan yang tinggi terhadap tenaga kerja walau dalam bidang apa jua pun, situasi yang sama tidak lagi wujud pada dekad ini

Tambahan lagi keperluan terhadap kemahiran ICT (*Information and Communication Technology*) semakin mendapat perhatian oleh hampir kesemua sektor di seluruh Malaysia. Pembangunan pesat dalam penguasaan ICT serta pengaplikasiannya dalam kebanyakan sektor pembuatan dan kejuruteraan akan mewujudkan keperluan tambahan bagi jawatan pekerja ICT seperti jurutera sistem dan perkakasan, jurutera perisian, juruanalisis sistem, dan pengaturcara program dalam Rancangan Malaysia ke-8.

Trend pasaran tahun 2004 berkaitan kebolegunaan tenaga mengikut bidang menunjukkan bidang perubatan dan pergigian adalah yang teratas manakala bidang sastera dan kemanusiaan di samping pertanian terletak di kedudukan paling bawah. Dari perspektif demografi pula, jumlah graduan perempuan menganggur adalah lebih tinggi daripada lelaki iaitu sebanyak 61.2%. Manakala siswazah yang tertinggi menganggur adalah siswazah Melayu iaitu sebanyak 52.2% (Ibrahim Abu Shah, 2004).

Merujuk kepada Maklumat Pasaran Buruh bagi tahun berakhir 2004 yang dikemukakan oleh Kementerian Sumber Manusia, kekosongan jawatan yang sesuai bagi pemohon siswazah banyak dicatatkan di negeri Selangor dengan 307 jawatan dari keseluruhan kekosongan yang ada. Ia diikuti dengan negeri jirannya iaitu Wilayah Persekutuan dengan 137 jawatan. Perangkaan kekosongan jawatan bagi golongan profesional pula dimonopoli oleh sektor pembuatan dan negeri Selangor masih mencatat kekosongan jawatan yang tinggi bagi sektor tersebut. Dalam ucapan Datuk Dr. Fong Chan Onn sebagai Menteri Sumber Manusia, pada Majlis Perasmian Pesta Kerja (*Job Fair*) di Mid Valley City, Kuala Lumpur (3 Februari 2002), beliau menjelaskan keadaan ini berlaku disebabkan negeri Selangor dan Wilayah Persekutuan merupakan tumpuan bagi pusat pentadbiran, perkhidmatan, dan perniagaan. Oleh itu, tidak hairanlah pasaran kerja yang wujud di kedua-dua negeri tersebut adalah terbuka luas terutamanya bagi golongan profesional, berkemahiran tinggi, dan tidak ketinggalan juga bagi pekerja kategori rendah.

Salah satu *trend* yang semakin ketara dalam pasaran kerja masa kini adalah kemahiran penguasaan bahasa selain daripada bahasa kebangsaan iaitu Bahasa Malaysia. Kebanyakan kekosongan jawatan yang ditawarkan menekankan kemahiran berbahasa lebih daripada satu bahasa. Bahasa Inggeris telah dikenalpasti sebagai bahasa global dan digunakan dengan meluas dalam kebanyakan sektor perniagaan. Nor Azmi Mostafa (2004) berpendapat skop dan konteks bahasa adalah luas dalam usaha menyesuaikan peranan bahasa tersebut sebagai medium dalam komunikasi intelektual dan komunikasi pekerjaan. Berdasarkan situasi ini, beliau menyarankan bahawa skop penggunaan Bahasa Inggeris di Malaysia perlu lebih

dikhhususkan kepada keperluan struktur dan fungsinya, memandangkan kepentingan bahasa tersebut sebagai bahasa kedua selepas bahasa kebangsaan Bahasa Malaysia.

Penguasaan Bahasa Inggeris di kalangan graduan terutamanya golongan Melayu merupakan satu kekangan kepada graduan Melayu di mana kebanyakan industri swasta menjadikan Bahasa Inggeris sebagai perantaraan komunikasi dalam kebanyakan aktiviti pekerjaan. Perkara ini diakui oleh Pengarah Eksekutif Persekutuan Majikan Malaysia (MEF), Shamsuddin Bardan melalui artikel dalam Utusan Malaysia bertarikh 7 Mei 2004 yang mengatakan bahawa tiga punca utama yang menyebabkan para graduan menganggur adalah penguasaan Bahasa Inggeris, kemahiran IT (teknologi maklumat) dan juga gagal menonjolkan penampilan yang meyakinkan semasa berhadapan dengan pihak organisasi. Tegasnya lagi, jika ketiga-tiga faktor tersebut masih tidak dapat diatasi, para graduan akan menghadapi kesulitan untuk mendapatkan pekerjaan.

Di samping Bahasa Inggeris, Bahasa Mandarin juga kini telah mendapat keutamaan para majikan terutamanya bagi industri kepunyaan bangsa Cina. Keadaan ini jelas menunjukkan sifat pekerjaan pada masa kini memerlukan seseorang itu mempunyai kebolehan dalam meningkatkan daya saing organisasi di peringkat global.

Selain itu, ciri organisasi juga memainkan peranan yang penting. Seperti yang telah disentuh pada awal perbincangan, pekerja yang akan diambil mestilah menepati kehendak organisasi iaitu merujuk kepada ciri-ciri organisasi itu sendiri. Jika organisasi tersebut menjalankan aktiviti perkhidmatan insurans, organisasi tersebut akan cenderung untuk mengambil pemohon yang mempunyai kelebihan dalam kemahiran komunikasi serta berkebolehan dalam mempengaruhi pelanggan semasa proses perundingan. Di samping itu, tahap pengetahuan pemohon dalam bidang pengurusan, ekonomi, dan kewangan juga pasti akan diambil perhatian oleh pihak organisasi terbabit. Bagi kriteria kelayakan atau kelulusan, Cullen (2004) mendapati kebanyakan daripada sektor swasta memerlukan kelayakan profesional berbanding kelayakan akademik.

2.5 Pengertian Psikologi I/O

Perkembangan bidang psikologi mempunyai kaitan rapat dengan persoalan tingkah laku dan emosi manusia. Ia bertujuan untuk menghurai, meramal, dan mengawal tingkah laku dan proses mental manusia termasuklah bidang psikologi industri dan organisasi. Bidang ini terbahagi kepada dua sub-bidang iaitu psikologi industri dan psikologi organisasi. Psikologi industri menjurus kepada kajian mengenai tingkah laku dan proses mental pekerja dalam pekerjaan di bawah satu situasi yang terkawal baik dan bersistematik (Schultz dan Schultz, 1998). Pengertian ini menjelaskan bahawa ahli-ahli psikologi industri dan organisasi mengaplikasikan kaedah-kaedah, teknik-teknik dan pengetahuan psikologi ke dalam pekerjaan bagi tujuan menghurai, menjelas, meramal, dan mengawal masalah-masalah tingkah laku kerja dan proses mental pekerja ke arah penyelesaian masalah supaya kualiti pekerja dapat ditingkatkan.

Psikologi organisasi pula membincangkan bagaimana tingkah laku dan emosi manusia sebagai entiti sosial dalam organisasi melaksanakan tugas dan tanggungjawab untuk mencapai matlamat yang telah ditetapkan. Entiti sosial adalah merujuk kepada sekumpulan manusia yang beraraskan matlamat dan mempunyai struktur yang disengajakan (Draft, 1997). Berarah matlamat adalah bermaksud hasil-hasil tertentu yang ditetapkan oleh organisasi untuk dicapai seperti membuat keuntungan, menyediakan kepuasan kerja, memberi kemudahan kenaikan gaji, mengambil berat tentang kebajikan pekerja dan sebagainya. Manakala struktur diertikan sebagai tugas atau tanggungjawab yang perlu dilaksanakan oleh mereka yang ada dalam organisasi untuk mencapai matlamat.

Terdapat banyak faktor yang terdapat dalam organisasi yang menghalang entiti sosial ini melaksanakan tugas atau tanggungjawab secara cekap dan berkesan ke arah mencapai matlamat. Faktor-faktor tersebut termasuklah motivasi rendah, hubungan manusia yang retak, kepimpinan yang lemah, persekitaran kerja tidak kondusif, dan sebagainya. Misalnya organisasi yang tidak menyediakan faktor motivasi yang cukup dan adil boleh melemahkan semangat dan daya usaha pekerjanya dalam melaksanakan tugas. Kesannya akan merendahkan perasaan

kepuasan kerja mereka, merendahkan komitmennya terhadap organisasi, kurang jelek terhadap tugas, dan sebagainya. Seseorang dari mereka akan mengambil tindakan negatif seperti melakukan ponteng kerja, 'curi tulang', atau pusing ganti kerja. Ini akan menyebabkan organisasi sukar untuk mencapai matlamatnya.

2.5.1 Perspektif Psikologi I/O

Semua organisasi mementingkan pengurusan sumber manusia yang efektif dan efisien. Keefektifan adalah merujuk kepada jumlah sumber yang digunakan untuk mencapai matlamat organisasi (Daft and Robert, 1998). Ia diasaskan kepada sebanyak mana bahan mentah, wang, dan masa digunakan untuk mengeluarkan sesuatu produk. Dengan lain perkataan, keefektifan boleh difahami sebagai kebolehan menggunakan sejumlah sumber secara minima bagi mengeluarkan sesuatu produk. Manakala keefisienan pula bermaksud sejauh mana organisasi dapat mencapai matlamat yang telah ditetapkan dengan kos yang paling minimum dalam tempoh masa yang lebih singkat. Organisasi yang berjaya mencapai matlamat yang diinginkan dikatakan sebagai efisien dan begitulah sebaliknya.

Untuk mencapai keefektifan dan keefisienan itu, setiap pengurus organisasi diberi tanggungjawab sebagai:

- i. menetapkan matlamat yang hendak dicapai.
- ii. mengurus pekerja dan pekerjaan untuk mencapai matlamat yang ditetapkan.
- iii. membuat pengambilan, membangunkan, menempatkan, dan mengurus sumber manusia.
- iv. merekabentuk persekitaran kerja dan sistem ganjaran supaya sumber manusia sentiasa mengutamakan keefektifan dalam tugasnya ke arah mencapai matlamat.
- v. membuat perubahan organisasi supaya selari dengan perubahan persekitaran kerja dan perubahan teknologi.

- vi. menentukan bagaimana hendak bersaing dengan lain-lain organisasi atau pertubuhan yang terdapat di dalam organisasi itu sendiri seperti kesatuan sekerja.

Sesetengah persoalan psikologi industri dan organisasi boleh dilihat sekurang-kurangnya daripada tiga perspektif utama. Perspektif pertama dilihat dari pekerja itu sendiri secara individu yang bergantung kepada organisasi sebagai sumber pekerjaan, ekonomi, kehidupan, keahlian, identiti, konteks sosial, dan dasar kehidupan rutin. Perspektif kedua ialah pengurus organisasi yang bertindak atas nama organisasi bagi mengurus kebajikan pekerja, mencipta polisi dan membuat keputusan untuk mempengaruhi tingkah laku rutin pekerja, dan akhirnya mempengaruhi nasib organisasi keseluruhan. Perspektif ketiga yang mana kurang mendapat perhatian tetapi semakin dipentingkan pada hari ini ialah pengguna yang menggunakan produk atau perkhidmatan organisasi. Perspektif pengguna dilihat dari tanggungjawabnya dalam mempengaruhi cara organisasi bekerja dan bagaimana keputusan dibuat. Hal ini akan melibatkan hak awam seperti menyediakan perlindungan dalam pekerjaan.

2.5.2 Perkembangan Bidang Psikologi I/O

Minat ahli-ahli psikologi terhadap psikologi I/O mula tumbuh dan berkembang apabila munculnya beberapa teori dan kaedah psikologi yang membincangkan masalah manusia dalam organisasi secara konstruktif dan mengkaji pemikiran mereka secara empirikal. Persoalan pertama yang ditimbulkan oleh ahli-ahli psikologi adalah berkaitan dengan penilaian dan pemilihan pekerja. Dengan lain perkataan, kejayaan awal ahli-ahli psikologi industri dalam pengambilan pekerja telah menyebabkan organisasi semakin meningkatkan kaedah pemilihan pekerjanya. Pemilihan pekerja telah dilakukan secara lebih bersaintifik dengan melakukan pengukuran ke atas ciri-ciri pekerja yang dikehendaki oleh organisasi.

Menerusi pendekatan pemilihan pekerja yang semakin bersistematik dan saintifik ini, ahli-ahli psikologi mula menyedari yang kerja-kerja mereka semakin menghampiri kepada masalah organisasi. Dalam erti kata lain, ahli-ahli psikologi mula merasakan bahawa pentingnya peranan mereka dalam proses merekabentuk dan mentadbir pekerjaan. Mereka semakin menyedari bahawa kerja-kerja mereka hampir menyamai kerja-kerja seorang jurutera iaitu:

- i. menganalisis ciri-ciri asas kerja supaya pekerja boleh mengoptimumkan kebolehannya.
- ii. koordinasi dan pasukan kerja di kalangan pekerja.
- iii. kecekapan (Schein, 1994).

Sebagai contoh, kajian masa-pergerakan dapat menentukan tahap kecekatan sebenar pekerja terhadap sesuatu kerja yang dilakukannya. Manakala analisis kerja pula telah menghasilkan satu piawaian kerja bagi membolehkan pengurus membuat pilihan calon yang terbaik untuk mengisi sesuatu jawatan. Persekitaran fizikal, tahap kebisingan, kelesuan, monotomi, dan lain-lain yang berkaitan dengan kerja yang telah dikaji pula dapat menentukan kesannya ke atas kuantiti dan kualiti kerja.

Kajian-kajian yang telah dilakukan ke atas pekerja semakin memberi kesedaran kepada ahli-ahli psikologi bahawa sistem ganjaran dan dendaan yang diamalkan oleh organisasi mempunyai kesan yang besar kepada kecekapan pekerja. Ahli-ahli psikologi menjadi semakin berminat terhadap sistem ganjaran seperti gaji dan kenaikan pangkat dan sistem dendaan seperti repriman sebagai faktor motivasi dan pelaziman dalam pembelajaran. Kajian-kajian lalu (Schein, 1994) tentang pembelajaran manusia telah membolehkan mereka mendefinisi dan menguji semula kebanyakan hipotesis yang telah diterima oleh kebanyakan organisasi. Jenis insentif yang digunakan oleh pihak pengurusan organisasi telah menjadi antara fokus utama yang dibincangkan ahli-ahli psikologi I/O.

Apabila mengkaji tentang motivasi pekerja, berdasarkan kajian-kajian lalu, ahli-ahli psikologi industri telah mendapati bahawa terdapatnya perbezaan pengeluaran dan moral antara seorang pekerja dengan yang lain-lain berdasarkan

jalinan perhubungan mereka. Sebagai contoh, sekuat mana seseorang itu bekerja adalah bergantung kepada kuatnya rakan sekerja bekerja bukan kepada jumlah gaji yang diterima atau arahan ketuanya. Hal ini menjadi semakin jelas apabila terdapatnya beberapa kelompok dalam organisasi yang mempunyai norma tersendiri yang boleh menentukan jumlah dan jenis kerja yang perlu ditingkatkan prestasinya. Apabila dilihat pada pengurusan, ahli-ahli psikologi mendapati bahawa kelompok yang terdapat dalam organisasi itu adalah berdasarkan kepada fungsi, tahap pengurus, atau lokasi geografi pengurus. Terdapat beberapa kes, kelompok dalam organisasi – misalnya unit jualan dan unit pengeluaran, saling bersaing sesama mereka yang bertujuan merendahkan kecekapan lawannya dan juga organisasi.

Kajian lalu yang dilakukan ke atas motivasi pekerja, sistem insentif, polisi pekerja, dan hubungan antara kumpulan adalah lebih memfokus kepada persoalan organisasi. Ahli-ahli psikologi mula menyedari bahawa ahli-ahli organisasi, sama ada pekerja atau pengurus, wujud sebagai satu entiti sosial dalam semua tindakan mereka. Kuantiti dan kualiti seseorang pekerja ada hubungannya dengan imej organisasi, bukannya ciri-ciri kerja atau insentif yang diterima (Schein, 1994). Lebih-lebih lagi, adalah perlu diketahui bahawa seseorang pekerja tidak boleh bersendirian melaksanakan kerjanya tetapi perlu bersama dengan pelbagai kelompok dalam organisasi. Dengan lain perkataan, semakin jauh ahli-ahli psikologi mengkaji tingkah laku pekerja dalam organisasi, terdapat banyak bukti yang ditemui yang menunjukkan bahawa organisasi adalah satu sistem sosial yang kompleks. Penemuan-penemuan kajian inilah yang telah membawa kepada kemunculan psikologi I/O sebagai satu disiplin.

Psikologi I/O adalah satu bidang yang sangat berkait rapat dengan usaha untuk mengenali organisasi sebagai satu sistem sosial yang kompleks. Kebanyakan persoalan tentang menentukan tingkah laku manusia dalam organisasi dilihat dari perspektif sistem sosial keseluruhannya. Perbezaan ahli-ahli psikologi dalam era 1920-an, 1930-an, dan 1940-an, dengan ahli-ahli psikologi I/O hari ini boleh dilihat pada dua perkara. Pertama, Persoalan tradisi seperti rekrutmen, ujian psikologi, pemilihan, latihan, analisis kerja, insentif, keadaan kerja, dan lain-lain sekarang dilayan oleh ahli-ahli psikologi I/O hari ini sebagai sebahagian daripada skop

perbincangannya sebagai satu sistem sosial. Kedua, Ahli-ahli psikologi I/O hari ini mula memberi perhatian kepada persoalan baru yang berkaitan dengan ciri-ciri sistem organisasi. Persoalan tersebut kurang menyentuh tentang tingkah laku pekerja secara individu, sebaliknya tingkah laku itu dibincangkan dalam konsep berkelompok, sub-sistem, atau organisasi secara keseluruhan ketika bertindak balas terhadap rangsangan dalaman dan luaran organisasi. Ahli-ahli psikologi industri dan organisasi tradisi tidak mempertimbangkan persoalan ini atau tidak mengaitkan persoalan tersebut secara saintifik disebabkan kurangnya teori dan kaedah psikologi yang diperlukan.

Perkembangan psikologi I/O di Malaysia masih lagi jauh ketinggalan berbanding di negara Amerika dan Eropah. Walau bagaimanapun, penerapan psikologi I/O di Malaysia semakin meluas sama ada dari segi akademik ataupun pekerjaan. Pengajaran psikologi I/O sebagai satu kursus dimulakan oleh Jabatan Psikologi, Universiti Kebangsaan Malaysia (UKM). Psikologi I/O semakin berkembang apabila beberapa buah universiti di negara ini mula menawarkannya sebagai satu kursus. Misalnya Jabatan Pendidikan dan Sains Kemasyarakatan, Universiti Putra Malaysia (UPM) telah menawarkan bidang ini tetapi dengan nama Psikologi Perindustrian dan Perniagaan. Di UKM sendiri, Jabatan Pengurusan Perniagaan telah mula menawarkan kursus yang termasuk dalam bidang psikologi I/O seperti Tabiat Organisasi, Perlakuan Organisasi, dan Pengurusan Personal. Universiti Sains Malaysia juga telah menawarkan kursus-kursus seperti Perhubungan Industri, Perlakuan Pengguna, dan Perlakuan Organisasi. Pada hari ini hampir kesemua pusat pengajian tinggi telah menawarkan disiplin ini sebagai satu kursus (Mahmood Nizar, 1990).

2.5.3 Faktor Perkembangan Psikologi I/O

Perubahan teknologi merupakan salah satu faktor penting yang menyumbang kepada perkembangan psikologi I/O. Tidak boleh dinafikan bahawa teknologi dan pekerja saling bergantung bagi melaksanakan pekerjaan dalam bentuk hubungan

manusia-mesin. Seseorang pekerja yang efektif biasanya dikaitkan dengan ilmu teknologi yang dikuasainya. Setiap kali berlaku perubahan teknologi, ia menuntut kemampuan yang sesuai dari pekerja yang akan menggunakannya. Oleh itu, setiap pekerja dikehendaki mengembangkan kemahirannya selaras dengan perubahan teknologi. Peranan pihak organisasi ialah menyediakan kemudahan kepada pekerjanya supaya mereka dapat mengembangkan kemahiran bagi memenuhi tuntutan teknologi. Organisasi akan ketinggalan dalam persaingan sekiranya tidak berbuat demikian. Pekerja pula akan mengalami kebosanan, penurunan prestasi dan produktiviti kerana kemahirannya tidak memenuhi tuntutan teknologi baru itu.

Perubahan bentuk hubungan manusia juga menyumbang kepada perkembangan psikologi I/O. Organisasi biasanya wujud bersama-sama sub-sub kumpulan di dalamnya yang memainkan peranan menentukan keberkesanan organisasi. Organisasi perlu menangani sub-sub kumpulan ini supaya mereka saling bekerjasama ke arah mencapai matlamat organisasi secara menyeluruh. Peranan ahli psikologi I/O ialah mengkaji dan mengemukakan kaedah-kaedah tertentu bagi menyelesaikan masalah hubungan manusia dalam organisasi.

Psikologi bukanlah bidang yang statik yang boleh menerima konsep dan teori dari lain-lain bidang. Psikologi I/O banyak menerapkan konsep dan teori dari disiplin sosiologi, antropologi, dan psikologi sosial. Hal ini kerana konsep tersebut penting dalam psikologi I/O seperti konsep sosial, status, kelas sosial, kelompok, kebudayaan, dan sistem sosial. Berlakunya perkembangan konsep hasil dari kemunculan teori mengenai sistem dinamik dan pengembangan dalam disiplin tersebut turut memberi kesan kepada perkembangan psikologi I/O. Konsep ini pula tidak statik, sebaliknya sentiasa berubah dan berevolusi. Misalnya dalam pengembangan individu, keperluan pekerja yang berusia 20 tahun akan berubah apabila usianya meningkat 40 tahun. Persoalan tentang kehidupan, masalah-masalah kerja dan keluarga, keinginan yang ingin dipenuhi oleh seseorang pekerja, dan sebagainya memberi tanggungjawab kepada ahli psikologi I/O membuat kajian untuk menyelesaikan masalah manusia dalam organisasi.

Pada masa yang sama semakin banyak berlaku perubahan, pertumbuhan dan perkembangan sistem yang mempengaruhi keberkesanan organisasi. Perubahan sistem ini amat dirasai oleh organisasi baru berbanding organisasi yang besar atau multinasional. Ahli psikologi I/O berusaha mencari penyelesaian supaya perubahan, pertumbuhan dan perkembangan sistem tersebut boleh membantu pengurus organisasi menyedari dan menyelesaikan masalah perkembangan yang mungkin terjadi di dalam organisasi. Misalnya ahli psikologi I/O bekerjasama dengan ahli-ahli jurutera untuk memadankan antara faktor psikologi pekerja dengan perkakasan yang digunakan dalam organisasi. Bidang ini dinamakan psikologi ergonomik.

2.6 Skop Perbincangan Psikologi Industri

Menurut Goldenson (1984), psikologi I/O ialah kajian tentang kehidupan manusia yang berkaitan dengan aspek-aspek kerja, manakala psikologi I/O pula berkaitan dengan aplikasi pengetahuan tentang tingkah laku manusia kepada masalah yang wujud dalam bidang tersebut. Dapatlah dikatakan bahawa psikologi I/O mengandungi tajuk-tajuk yang amat luas mengenai pekerja dan pekerjaan.

2.6.1 Pengenalan Psikologi Industri

Istilah psikologi industri juga dikenali sebagai psikologi personal yang mana merujuk kepada pekerja. Oleh itu, psikologi industri ini menerangkan aplikasi semua aspek psikologi bagi membezakan setiap pekerja. Peranan ahli psikologi industri ialah menentukan apa kemahiran dan bakat manusia yang diperlukan oleh pekerja, bagaimana menilai prestasi pekerja, bagaimana menentukan gred kepada prestasi kerja pekerja, dan bagaimana pekerja dapat meningkatkan semula prestasinya. Psikologi industri merupakan bidang tertua dalam psikologi I/O.

2.6.2 Pengenalan Psikologi Organisasi

Bidang ini menjuruskan perbincangan kepada hubungan antara faktor dengan keberkesanan tingkah laku pekerja dalam pekerjaan. Organisasi bukanlah semata-mata menyediakan pekerjaan malah sebagai faktor meningkatkan keberkesanan tingkah laku pekerjanya terhadap pekerjaan. Hal ini kerana organisasi dilihat sebagai suatu sistem tingkah laku di mana di dalamnya mencakupi input, proses dan output. Input di sini bererti pekerja dan kemudahan yang terdapat dalam organisasi. Proses adalah dirujuk sebagai tingkah laku pekerja atau interaksi pekerja-pekerja dalam organisasi dalam melaksanakan tugas dan tanggungjawab ke arah mencapai matlamat. Manakala outputnya ialah matlamat yang hendak dicapai. Dalam mencapai matlamat, organisasi harus memberi perhatian kepada input dan proses. Kegagalan organisasi berbuat demikian memberi kesan kepada tingkah laku pekerja seperti berasa tidak puas dalam pekerjaan, tidak berkomitmen, tekanan kerja tinggi, ponteng kerja, pusingan ganti kerja, rendah penglibatan kerja, dan sebagainya.

2.6.3 Psikologi Kejuruteraan

Psikologi kejuruteraan menjurus kepada pemahaman prestasi manusia dalam sistem manusia-mesin. Ini termasuklah rekabentuk perkakasan dan peralatan bagi meningkatkan produktiviti dan keselamatan pekerja. Kebanyakan perkakasan dan peralatan direkabentuk supaya mudah dan sesuai digunakan oleh manusia. Dalam hal ini, psikologi kejuruteraan cuba memodifikasikan persekitaran kerja supaya setanding dengan kemahiran dan bakat. Psikologi kejuruteraan ini juga dikenali sebagai ergonomik.

2.6.4 Psikologi Pengguna

Psikologi pengguna penting disebabkan oleh dua perkara. Pertama, sepanjang kehidupan manusia akan terdedah dengan iklan yang cuba memujuk supaya membeli sesuatu barangan yang dikeluarkan oleh sesebuah industri. Kedua, pendapatan pekerja dipengaruhi oleh keupayaan memujuk tingkah laku membeli pengguna terhadap barangan yang dikeluarkan oleh sesebuah industri. Ketiga, pendapatan pekerja dipengaruhi oleh keupayaan memujuk tingkah laku membeli pengguna terhadap barangan yang dikeluarkan oleh industri tempat mereka bekerja. Industri sanggup membelanjakan berjuta-juta ringgit setahun untuk menarik perhatian pengguna terhadap barangan mereka. Ahli-ahli psikologi I/O telah memberi sumbangan dalam pemasaran barangan pengguna sesebuah industri. Sumbangan mereka adalah dalam bentuk menentukan secara teliti saiz dan ciri-ciri semulajadi pasaran yang berpotensi untuk memasarkan sesuatu barangan, keberkesanan pemujukkan iklan yang pelbagai, serta reaksi pengguna terhadap barangan yang berbeza dan juga motivasi serta keperluan pembeli.

2.6.5 Hubungan Industri

Hubungan industri berkait rapat dengan masalah antara majikan dengan pekerja. Ia selalunya melibatkan pertubuhan pekerja. Ahli-ahli psikologi I/O berminat menangani masalah berkaitan dengan isu kerjasama dan konflik berkelompok, menyelesaikan pertikaian antara tenaga kerja, dan berunding tentang persetujuan antara pelbagai kelompok kerja. Ahli psikologi I/O mesti mempunyai pengetahuan undang-undang atau sekurang-kurangnya mempunyai hubungan dengan pakar undang-undang tentang hak pekerja, tuntutan kolektif dan penyelesaian pertikaian.

2.7 Kajian-kajian Berkaitan dengan Isu-isu Psikologi I/O

2.7.1 Kepuasan Kerja

Kepuasan kerja adalah isu psikologi I/O yang paling luas dikaji. Hasil daripada penyelidikan yang dilakukan oleh Locke (dalam Beck, 1990) pada tahun 1976, didapati antara tahun 1935 hingga 1976 terdapat lebih kurang 3,000 artikel atau kajian berkenaan dengan kepuasan kerja telah dihasilkan iaitu purata bagi satu kajian setiap lima hari. Jumlah ini kemungkinan telah meningkat berkali-kali ganda jika dibuat kajian yang serupa pada masa ini. Apakah pentingnya kepuasan kerja ini dikaji sama ada di kalangan pekerja yang bekerja di sesebuah organisasi, kilang, institusi pendidikan, sektor pertanian, perladangan, perindustrian, dan lain-lain yang berkaitan dengan bidang pekerjaan? Ini adalah kerana kepuasan kerja adalah sebahagian daripada kualiti kehidupan yang hendak dicapai oleh setiap pekerja. Menurut Weaver (1980), seseorang yang merasa puas terhadap kerjanya pada umumnya akan merasa puas tentang kehidupannya, mereka yang merasa puas dengan kehidupannya juga akan merasa puas pada kerjanya. Selain itu, menerusi kajian terhadap konsep kepuasan kerja ini juga, organisasi secara tidak langsung boleh mendapat maklumat tentang produktiviti, prestasi, ketidakhadiran kerja, peralihan kerja, tahap kesihatan fizikal dan mental, dan sebagainya. Bagi individu pula, untuk memahami sesuatu aktiviti kerja itu mempunyai moral yang lebih baik seharusnya dapat memberi kegembiraan dan mempunyai kesedaran diri yang tinggi. Jika aspek-aspek ini diabaikan, maka akan berlakulah perkara-perkara yang negatif kepada sesebuah organisasi.

2.7.2 Tekanan Kerja

Satu lagi isu psikologi I/O yang luas dikaji ialah tekanan kerja. Dalam zaman global pelbagai perkembangan pesat berlaku khususnya berkaitan dengan sains dan teknologi. Rentetan daripada itu wujud persaingan, cabaran, perebutan, dan pertelingkahan dalam kehidupan manusia. Kesannya membawa kepada tekanan

kerja. Sekiranya tekanan kerja tidak dipantau dengan segera dan berkesan akan menimbulkan kesan tekanan. Pada hari ini jika diperhatikan wajah dan rupa manusia kelihatan uzur dan kurang bermaya serta usia hayat menjadi semakin pendek yang menggambarkan kesan tekanan yang ditanggung oleh seseorang pekerja. Lain-lain kesan tekanan ialah kerap merokok, banyak memakan ubat dan mengambil alkohol, susah untuk tidur, terlibat dengan penyalahgunaan dadah, dan bersikap pasif serta agresif. Hasil daripada kajian ahli-ahli psikologi I/O telah berjaya menemui beberapa kaedah untuk membantu pekerja mengurangkan tekanan kerja.

2.8 Penawaran Kursus Psikologi Industri Semasa

Program sarjana muda dalam bidang psikologi dan psikologi industri ditawarkan di universiti-universiti di luar negara dan juga tempatan. Namun demikian, tidak banyak universiti di luar negara yang menawarkan ijazah khusus dalam bidang psikologi industri di peringkat Ijazah Sarjana Muda.

2.8.1 Tempatan

2.8.1.1 Universiti Malaysia Sabah (UMS)

Universiti Malaysia Sabah merupakan institusi pengajian tinggi awam tunggal yang menawarkan program Psikologi Industri di peringkat Sarjana Muda. Kursus ini ditawarkan di bawah Sekolah Psikologi dan Kerja Sosial. Ijazah yang ditawarkan adalah Ijazah Sarjana Muda Psikologi Industri dan Organisasi.

Program ini bertujuan untuk memperkenalkan pelajar dan melatih mereka ilmu psikologi khususnya yang menyentuh pekerjaan dalam sektor industri serta permasalahan yang

berhubung dengan perlakuan organisasi. Antara subjek yang ditekankan dalam kursus ini adalah kepuasan bekerja dan pengurusan *stress*, analisis kerja, pemilihan dan dinamik kumpulan, dan lain-lain.

2.8.1.2 Universiti Kebangsaan Malaysia (UKM)

Universiti Kebangsaan Malaysia pula menawarkan kursus Psikologi Industri di peringkat Sarjana.

2.8.2 Luar Negara

Program dan kursus Psikologi Industri yang ditawarkan oleh universiti di luar negara mempunyai program mereka yang tersendiri berdasarkan keperluan, kemudahan dan permintaan di negara masing-masing. Berikut dipamerkan beberapa kursus psikologi industri di Amerika Syarikat, United Kingdom, Australia dan New Zealand.

2.8.2.1 Amerika Syarikat

Bil	Nama Universiti	Sarjana Muda	Sarjana	Minor
1.	Cal State Hay Ward, Contro Costa	√		
2.	Kansas State University		√	
3.	North Central University, Arizona		√	

2.8.2.2 United Kingdom

Bil	Nama Universiti	Sarjana Muda	Sarjana	Minor
1.	University of Hull		√	
2.	UMIST			option

2.8.2.3 Australia

Bil	Nama Universiti	Sarjana Muda	Sarjana	Lain-lain
1.	Australia National University	√		Ijazah bersama (Biologi)
2.	University of Canterbury		Post Dip	
3.	University of Melbourne		√	
4.	University of New South Wales		√	
5.	Murdoch University		√	
6.	Curtin University		√	

2.8.2.4 New Zealand

Bil	Nama Universiti	Sarjana Muda	Sarjana	Minor
1.	Massey University		Post Dip	
2.	The University of Waikato		√	

2.8.3 Perbandingan dengan Program Akademik di Universiti Luar Negara

Program Sarjana Muda dalam bidang psikologi dan psikologi industri turut ditawarkan di universiti-universiti di luar negara. Namun demikian, struktur program yang ditawarkan adalah dalam pelbagai bentuk. Kebanyakan program yang ada tidak menjurus kepada bidang psikologi industri secara spesifik dan program yang dicadangkan ini lebih mengkhusus dalam bidang psikologi industri dan minor dalam satu lagi bidang yang boleh memberi nilai tambah kepada kualiti para graduan. Penawaran program ini juga akan dapat membantu pihak kerajaan dan ibubapa mengurangkan kos pengajian bagi penghantaran para pelajar yang berminat dalam bidang ini untuk menyambung pengajian mereka ke luar negara.

2.9 Rumusan

Bagi memastikan keberkesanan program Psikologi Industri yang akan ditawarkan, kurikulumnya mestilah menepati permintaan pasaran kerja semasa dan relevan dengan kehendak industri. Di samping itu, kemahiran generik perlulah ditekankan bagi memastikan graduan program ini berjaya memperolehi pekerjaan berserta gaji yang setimpal dengan kelulusan.

BAB 3

METODOLOGI

3.1 Pengenalan

Bab ini akan membincangkan kaedah yang digunakan secara keseluruhan dalam kajian pasaran ini. Antara perkara yang akan diterangkan dalam bab 3 ini adalah rekabentuk kajian, kaedah pengumpulan data, sampel kajian, dan kaedah analisis data.

3.2 Rekabentuk Kajian

Secara umumnya, kajian ini adalah kajian berbentuk deskriptif yang melibatkan kaedah kuantitatif dan kualitatif.

3.3 Sampel Kajian

Sampel kajian ini adalah terdiri daripada mereka yang mempunyai latar belakang bidang Psikologi Industri, Sumber Manusia, Pengurusan, atau mana-mana bidang yang berkaitan. Ia merangkumi golongan profesional yang mempunyai pengalaman luas dalam pengambilan pekerja baru, perekrutan serta peka dengan kehendak semasa pasaran kerja. Sampel dipilih dari pelbagai organisasi dan industri sama ada kerajaan ataupun swasta di Malaysia.

3.3.1 Sampel

Responden kajian ini adalah:

- (i) Pegawai, pengurus dan eksekutif organisasi swasta dan awam di seluruh Malaysia.
- (ii) Pensyarah Psikologi Industri dari Universiti Kebangsaan Malaysia dan Universiti Malaysia Sabah.

Jumlah keseluruhan responden adalah seramai 73 orang.

3.3.2 Kaedah Pensampelan

Kaedah yang digunakan adalah kaedah pensampelan *snowball* dan kaedah pensampelan bertujuan. Di awal penyelidikan, organisasi dan industri yang bersesuaian dengan objektif kajian disenaraikan mengikut 16 kategori iaitu:

- (i) Badan kerajaan / berkanun
- (ii) Institusi kewangan / insurans
- (iii) Pengangkutan
- (iv) ICT
- (v) Jentera berat dan automotif
- (vi) Hotel / pelancongan / *resort*
- (vii) Kesihatan / hospital
- (viii) Akademik
- (ix) Petroleum / gas / kuasa
- (x) Antarabangsa
- (xi) Elektronik
- (xii) Pembinaan / kontraktor
- (xiii) Perunding
- (xiv) Harta benda
- (xv) Bahan kimia
- (xvi) Lain-lain

Daripada 16 kategori ini, penyelidik telah memilih sekurang-kurangnya lima organisasi yang dianggap sesuai yang terdiri daripada organisasi yang besar atau pelabur utama dalam bidang tersebut. Sebahagian daripada organisasi dan responden yang terpilih adalah berdasarkan cadangan daripada beberapa tokoh korporat yang arif mengenai pasaran kerja terkini.

3.4 Kaedah Pengumpulan Data

Soalselidik merupakan kaedah utama yang digunakan dalam pengumpulan data. Ianya telah diedarkan kepada syarikat dan organisasi yang dipilih. Soalselidik juga telah dihantar melalui pos kepada organisasi dan industri yang jauh, sukar ditemui, dan dalam senarai simpanan (*back up*). Di samping itu, temubual melalui telefon juga digunakan. Apabila sesebuah industri terpilih, beberapa orang tokoh korporat dan staf yang berpengalaman dari organisasi ataupun industri tersebut telah dikenalpasti bagi memberikan input dan pandangan yang bernas mengenai kemampuan program Psikologi Industri menembusi pasaran Malaysia dan penerimaan masyarakat. Oleh itu, kaedah temubual secara berhadapan adalah lebih bersesuaian dan efektif memandangkan mereka mempunyai kedudukan tinggi dalam industri tersebut dan berupaya membincangkan isu terkini penerimaan, persepsi, dan peranan psikologi dalam industri serta bagaimana masalah promosi program ini dapat dilakukan.

3.5 Soalselidik

Soalselidik yang telah dibentuk mengandungi empat bahagian iaitu bahagian A, B, C dan D. Soalan-soalan dalam soalselidik ini adalah berbentuk skala likert, soalan tertutup, dan soalan terbuka terutamanya yang melibatkan pandangan responden.

Bahagian	Keterangan	Bilangan Soalan
A	Demografi responden	9
B	Kandungan program dan kesesuaian dengan kehendak industri dan pasaran	27
C	Peluang pekerjaan	5
D	Psikologi Industri dan masyarakat	45
	JUMLAH SOALAN	86

3.6 Kaedah Analisis Data

Data yang diperolehi dalam kajian ini adalah lebih berbentuk data kualitatif sama ada dalam bentuk nominal ataupun ordinal. Maka kaedah menganalisisnya lebih tertumpu kepada kaedah kualitatif statistik deskriptif. Bagi mencapai kesemua objektif yang dinyatakan dalam kajian ini, perisian *Statistical Package for Social Science* (SPSS) versi 10.0 telah digunakan. Dapatan kajian ini seterusnya akan dibentangkan dalam bentuk statistik deskriptif seperti peratusan, nilai kecenderungan memusat (min, mod, dan median), dan carta-carta.

3.7 Kekangan Kajian

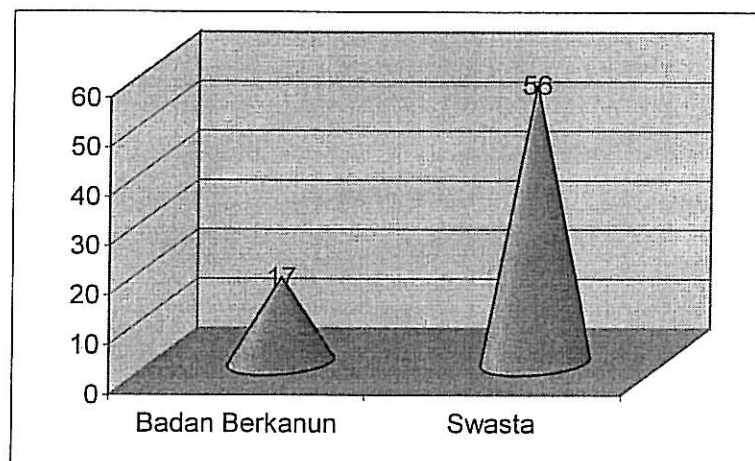
Beberapa kekangan telah dihadapi ketika menjalankan kajian ini. Ada di antara organisasi yang telah disenaraikan pada awalnya tidak memberikan kerjasama yang baik dalam menjayakan kajian pasaran ini. Malah ada segelintir organisasi yang amat diperlukan iaitu merupakan pelabur utama dalam sesuatu bidang telah menolak dari awal dengan memberikan pelbagai alasan. Masalah peruntukan juga menyebabkan penyelidik tidak dapat menjalankan survei ini ke kawasan dan daerah yang lebih meluas dan rawak. Kajian banyak tertumpu di sekitar Kuala Lumpur, Selangor, dan Johor sahaja.

BAB 4

ANALISIS DATA

4.1 Pendahuluan

Analisis ini membincangkan dapatan kajian ke atas permintaan pasaran terhadap keperluan kursus Psikologi Industri di Malaysia. Kajian ini melibatkan seramai 73 orang pegawai daripada pelbagai organisasi yang terdiri daripada 56 (76.7%) syarikat swasta dan 17(23.3%) badan berkanun. Pecahan ini dapat memenuhi objektif kajian iaitu pandangan dari pihak swasta adalah lebih diutamakan bagi kajian pasaran ini.



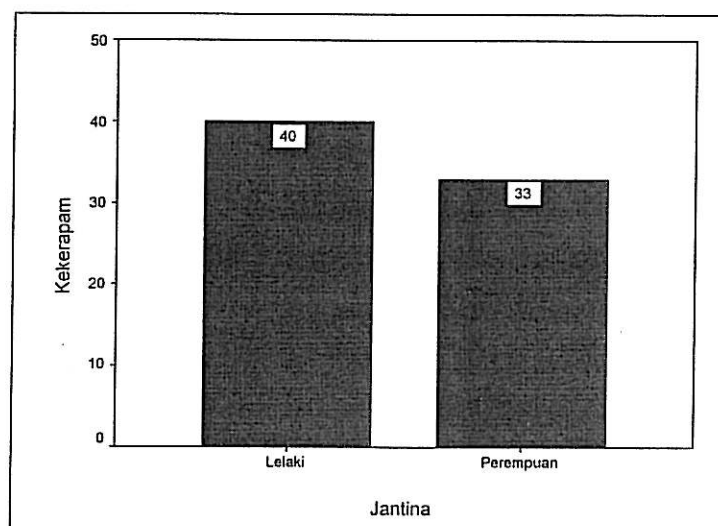
Rajah 4.1: Responden kajian.

4.2 Analisis Permintaan Pasaran ke atas Keperluan Psikologi Industri Berdasarkan Pandangan Organisasi dan Industri di Malaysia

4.2.1 Ciri-ciri Demografi Responden (Bahagian A)

4.2.1.1 Taburan Jantina Responden

Rajah 4.2 menunjukkan seramai 40 orang responden adalah lelaki dan 33 orang responden adalah perempuan telah bekerjasama dalam kajian ini.



Rajah 4.2: Jantina responden.

4.2.1.2 Taburan Umur Responden

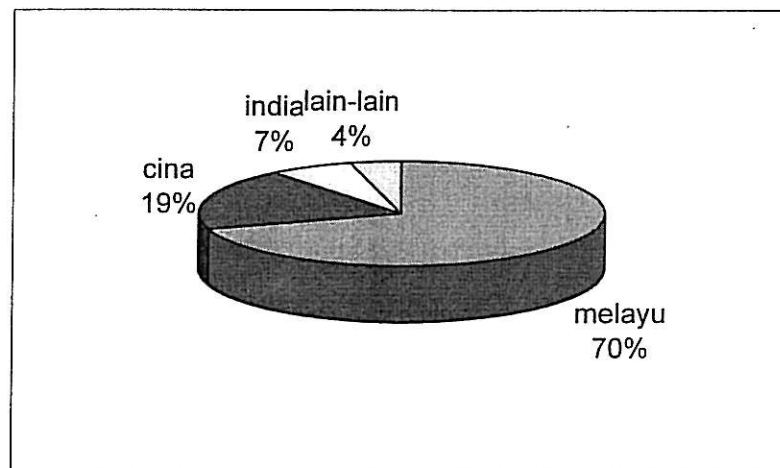
Jadual 4.1 pula menunjukkan majoriti responden yang terlibat dalam survei ini adalah mereka yang berumur antara 31 hingga 40 tahun. Seramai lapan orang daripada responden kajian yang tidak menyatakan umur mereka.

Jadual 4.1: Umur responden.

Umur	Kekerapan	Peratusan (%)
20-30	18	24.7
31-40	27	37.0
41-50	17	23.3
50 ke atas	3	4.0
Tiada Jawapan	8	11.0
JUMLAH	73	100.0

4.2.1.3 Taburan Etnik Responden

Kajian ini telah melibatkan seramai 70 % responden berbangsa Melayu, 19% bangsa Cina, dan 7% bangsa India dan ini dipamerkan dalam Rajah 4.3.

**Rajah 4.3:** Etnik responden.

4.2.1.4 Taburan Jawatan Responden

Bagi mencapai objektif kajian, beberapa orang telah dikenalpasti untuk menjawab soal selidik yang diedarkan. Responden mestilah mereka yang berpengalaman dalam bidang pengambilan pekerja di organisasi mereka ataupun mampu memberikan pandangan mengenai kehendak pasaran kerja terkini. Oleh itu, Jadual 4.2 menunjukkan taburan jawatan responden iaitu mereka mestilah sekurang-kurangnya seorang penolong atau pembantu pegawai. Pegawai atau eksekutif adalah penyumbang peratus yang tertinggi dalam kajian ini (30.1%) dan diikuti oleh pengurus (19.2%).

Jadual 4.2: Taburan jawatan responden.

Jawatan	Kekerapan	Peratusan (%)
Pengurus Am ke atas	1	1.4
Pengurus	14	19.2
Ketua Bahagian	4	5.5
Pegawai Senior	7	9.6
Pensyarah	4	5.5
Pegawai / Eksekutif	22	30.1
Supervisor	1	1.4
Penolong Pengurus	6	8.2
Penolong Ketua	2	2.7
Penolong Pegawai / Eksekutif	3	4.1
Lain-lain	9	12.3
JUMLAH	73	100.0

4.2.1.5 Taburan Responden Mengikut Jabatan

Jadual 4.3 pula menunjukkan peratus responden mengikut jabatan masing-masing. Sebahagian besar daripada responden kajian ini adalah dari Jabatan Sumber Manusia (52.1%).

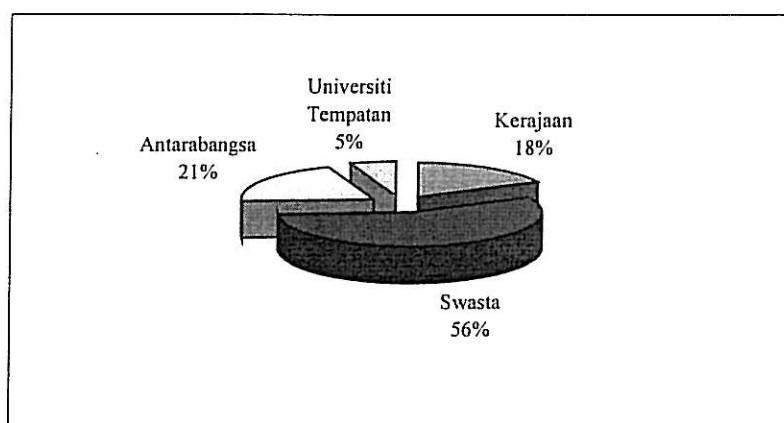
Jadual 4.3: Taburan jabatan responden.

Jabatan	Kekerapan	Peratusan (%)
Sumber Manusia	38	52.1
Perjawatan (Personal)	4	5.5
Pentadbiran	5	6.8
Perancangan / Pembangunan	2	2.7
Kewangan	2	2.7
Akademik	4	5.5
Lain-lain	18	24.7
JUMLAH	73	100.0

4.2.1.6 Taburan Responden Mengikut Jenis Organisasi/Industri

Jadual 4.4: Taburan responden mengikut jenis organisasi/industri.

Jenis Organisasi/Industri	Kekerapan	Peratusan (%)
Swasta (Tempatan)	41	56.2
Swasta (Negara Asing)	15	20.5
Kerajaan	13	17.8
Universiti Awam	4	5.5
JUMLAH	73	100.0

**Rajah 4.4:** Taburan responden mengikut jenis organisasi/industri.

Seterusnya, Jadual 4.4 dan Rajah 4.4 menunjukkan taburan kekerapan dan peratusan bagi jenis organisasi/industri yang mengambil bahagian dalam kajian ini. Didapati bahawa bilangan responden daripada organisasi/industri swasta (tempatan) adalah paling tinggi iaitu seramai 10 orang (50.0%), diikuti oleh enam orang (30.0%) daripada organisasi/industri swasta (negara asing), dan dua orang (10.0%) daripada organisasi kerajaan dan universiti awam.

4.2.1.7 Kategori Organisasi

Jadual 4.5: Kategori organisasi.

Jenis Organisasi/Industri	Kekerapan	Peratusan (%)
Bahan Kimia	1	1.5
Kesihatan / Hospital	2	2.7
Kewangan / Insurans	2	2.7
Pengangkutan	2	2.7
Lain-lain	2	2.7
Akademik	4	5.5
Antarabangsa	4	5.5
Pembinaan / Kontraktor	4	5.5
Petroleum / Gas / Kuasa	4	5.5
Eletronik	5	6.8
Harta Benda	5	6.8
ICT	5	6.8
Hotel / Resort / Pelancongan	6	8.2
Perunding	6	8.2
Kerajaan / Berkanun	7	9.6
Jentera Berat dan Automotif	14	19.3
JUMLAH	73	100.0

Bagi membantu penyelidik membuat rumusan akhir, satu rangka pensampelan telah dibuat mengikut kategori atau jenis organisasi yang dipilih. Penyelidik telah membahagikan kesemua organisasi dan industri yang terlibat kepada 16 kategori. Kemudian sekurang-kurangnya lima soalselidik telah diedarkan kepada setiap kategori. Namun tidak semua soalselidik yang telah dihantar dikembalikan. Oleh itu, terdapat kategori yang hanya diwakili oleh sebuah industri sahaja. Hasil yang diperolehi dipamerkan dalam Jadual 4.5. Peratus pulangan yang tertinggi diperolehi dari Industri Jentera Berat dan Automotif iaitu 19.2% diikuti oleh Badan Kerajaan dan Berkanun iaitu 9.6%.

4.2.1.8 Taburan Mengikut Negeri

Jadual 4.6 menunjukkan taburan data mengikut negeri responden. Pada permulaannya, kajian ini telah dirancang untuk memberi tumpuan hanya kepada industri dan organisasi di sekitar negeri Johor, Selangor, Wilayah Persekutuan, Sarawak dan Sabah. Walau bagaimanapun, beberapa responden yang dikenali, mudah dihubungi dan dianggap layak sebagai responden juga telah diminta membantu menjawab soalselidik kajian ini tanpa mengira kawasan yang dirancang.

Jadual 4.6: Taburan mengikut negeri.

Negeri	Kekerapan	Peratusan (%)
Johor	27	37.0
Selangor	15	20.5
Wilayah Persekutuan	10	13.7
Sabah	4	5.5
Melaka	4	5.5
Lain-lain	13	17.8
JUMLAH	73	100.0

4.2.2 Analisis Deskriptif Kesesuaian Subjek dalam Program Psikologi Industri (Bahagian B)

Jadual 4.7 membincangkan hasil analisis taburan kekerapan dan peratusan yang diperolehi setiap item dalam Bahagian B bagi membantu untuk menilai kesesuaian subjek dalam program Psikologi Industri yang akan ditawarkan. Bagi memudahkan analisis data, pecahan peratusan kesesuaian subjek telah diklasifikasikan kepada empat kategori iaitu Tidak Setuju, Neutral, Setuju, dan Tiada Respon berbanding dengan klasifikasi asal dari soal selidik kajian.

Jadual 4.7: Kesesuaian subjek bagi program Psikologi Industri.

Bil.	Item-item Soal Selidik	Kekerapan dan Peratus			
		Tidak Setuju	Neutral	Setuju	Tiada respon
1.	Pengenalan Psikologi	10 (13.7%)	3 (4.1%)	59 (80.8%)	1 (1.4%)
2.	Psikologi Sosial	8 (11.0%)	4 (5.5%)	60 (82.2%)	1 (1.4%)
3.	Psikologi Personaliti	5 (6.8%)	3 (4.1%)	64 (87.7%)	1 (1.4%)
4.	Prinsip Pengurusan	1 (1.4%)	2 (2.7%)	69 (94.5%)	1 (1.4%)
5.	Bahasa Inggeris untuk Komunikasi	2 (2.7%)	2 (2.7%)	68 (93.2%)	1 (1.4%)
6.	Psikologi Organisasi	2 (2.7%)	6 (8.2%)	64 (87.7%)	1 (1.4%)
7.	Pengenalan Statistik	12 (16.4%)	17 (23.3%)	41 (56.2%)	3 (4.1%)
8.	Psikologi Personal	5 (6.8%)	3 (4.1%)	64 (87.7%)	1 (1.4%)
9.	Ujian dan Pengukuran Psikologi	10 (13.7%)	13 (17.8%)	48 (65.8%)	2 (2.7%)

10.	Kreativiti dan Inovasi	3 (4.1%)	6 (8.2%)	64 (87.7%)	-
11.	Psikologi Islam	8 (11.0%)	15 (20.5%)	48 (65.8%)	2 (2.7%)
12.	Komunikasi Korporat	4 (5.5%)	3 (4.1%)	66 (90.4%)	-
13.	Kaedah Penyelidikan	12 (16.4%)	12 (16.4%)	48 (65.8%)	1 (1.4%)
14.	Kaunseling di Tempat Kerja	2 (2.7%)	-	71 (97.3%)	-
15.	Modifikasi Tingkah Laku	3 (4.1%)	6 (8.2%)	63 (86.3%)	1 (1.4%)
16.	Ergonomik	5 (6.8%)	16 (21.9%)	48 (65.8%)	4 (5.5%)
17.	Pengurusan Antarabangsa	11 (15.1%)	13 (17.8%)	48 (65.8%)	1 (1.4%)
18.	Perkembangan dan Perubahan Organisasi	3 (4.1%)	3 (4.1%)	67 (91.8%)	-
19.	Psikologi Pemasaran dan Kepenggunaan	10 (13.7%)	14 (19.2%)	48 (65.8%)	1 (1.4%)
20.	Kaedah Statistik dalam Psikologi	10 (13.7%)	24 (32.9%)	39 (53.4%)	-
21.	Kepimpinan Organisasi	2 (2.7%)	2 (2.7%)	67 (91.8%)	2 (2.7%)
22.	Kemahiran Fasilitator	9 (12.3%)	5 (6.8%)	58 (79.5%)	1 (1.4%)
23.	Latihan Industri / Praktikum	5 (6.8%)	13 (17.8%)	53 (72.6%)	2 (2.7%)
24.	Tesis	16 (21.9%)	12 (16.4%)	44 (60.3%)	1 (1.4%)

Jadual 4.7 menunjukkan 24 subjek yang telah dicadangkan oleh penyelidik dan hasil peratusan yang ditunjukkan dalam jadual ini merupakan hasil penilaian yang telah diberi oleh responden.

Manakala Jadual 4.8 pula adalah rumusan daripada Jadual 4.7 yang memaparkan enam subjek yang telah mendapat sokongan yang tertinggi iaitu mendapat sokongan sekurang-kurangnya 80% dari responden kajian. Jadual 4.8 jelas menunjukkan bahawa pengetahuan dan kemahiran seperti kaunseling, pengurusan, komunikasi, dan kepimpinan amat ditekankan oleh pasaran semasa dan majoriti organisasi.

Jadual 4.8: Subjek yang mendapat peratusan yang tinggi.

Bil.	Subjek	Kekerapan (Peratusan)
1.	Kaunseling di Tempat Kerja	71 (97.3%)
2.	Prinsip Pengurusan	69 (94.5%)
3.	Bahasa Inggeris untuk Komunikasi	68 (93.2%)
4.	Perkembangan dan Perubahan Organisasi	67 (91.8%)
5.	Kepimpinan Organisasi	67 (91.8%)
6.	Komunikasi Korporat	66 (90.4%)

Jadual seterusnya iaitu Jadual 4.9 menunjukkan keadaan yang sebaliknya. Jadual ini menyenaraikan subjek yang dilihat sebagai kurang penting atau kurang relevan untuk kursus Psikologi Industri.

Jadual 4.9: Subjek yang mendapat peratusan yang rendah.

Bil.	Subjek	Kekerapan (Peratusan)
1.	Kaedah Statistik dalam Psikologi	39 (53.4%)
2.	Pengenalan Statistik	41 (56.2%)
3.	Tesis	44 (60.3%)
4.	- Kaedah Penyelidikan - Ujian dan Pengukuran Psikologi - Psikologi Islam - Ergonomik - Pengurusan Antarabangsa - Psikologi Pemasaran dan Kepenggunaan	48 (65.8%)

Melihat kepada senarai subjek di atas dapat dirumuskan bahawa subjek yang melibatkan pengiraan dan kuantitatif kurang digemari walaupun pada hakikatnya subjek-subjek tersebut amat perlu bagi mereka dalam bidang Psikologi Industri yang seharusnya mahir dalam penyelidikan.

4.2.2.1 Kekuatan Subjek

Daripada jadual 4.10 dapat dilihat bahawa program yang dicadangkan ini dapat memenuhi keperluan dari asas teori, pengaplikasian teknikal, dan penggunaan ICT. Subjek yang ditawarkan dipersetujui oleh 43.8% responden dapat memenuhi keperluan pengaplikasian kuantitatif. Walaupun statistik, kaedah penyelidikan, dan pengukuran dianggap subjek yang kurang penting seperti yang ditunjukkan dalam Jadual 4.9 tetapi 93.1% responden bersetuju kesemua subjek ini diperlukan dan memenuhi kehendak program dan pasaran.

Jadual 4.10: Kekuatan subjek berdasarkan kriteria tertentu.

Bil.	Item-item Soal Selidik	Kekerapan dan Peratus			
		Keseluruhan	Sebahagian	Tiada Kaitan	Tiada Respon
1.	Asas Teori	47 (64.4%)	21 (28.8%)	-	5 (6.8%)
2.	Pengaplikasian Teknikal	38 (52.1%)	31 (42.5%)	-	4 (5.5%)
3.	Penggunaan ICT	33 (45.2%)	31 (42.5%)	5 (6.8%)	4 (5.5%)
4.	Pengaplikasian Kuantitatif (seperti statistik, penyelidikan)	32 (43.8%)	36 (49.3%)	1 (1.4%)	4 (5.5%)
5.	Kehendak Pasaran / Industri	33 (45.2%)	33 (45.2%)	3 (4.1%)	4 (5.5%)
6.	Pasaran Semasa	28 (38.4%)	34 (46.6%)	4 (5.5%)	7 (9.6%)
7.	Kekuatan Program	32 (43.8%)	31 (42.5%)	3 (4.1%)	7 (9.6%)

4.2.2.2 Nama Penganugerahan Ijazah

Responden kajian juga telah diminta supaya memberikan pandangan mereka mengenai kursus yang perlu ditawarkan oleh UTM yang paling berpotensi di pasaran kelak. Mereka telah diberi pilihan berikut:

1. Sarjana Muda Psikologi Industri
atau
2. Sarjana Muda Psikologi Industri dengan minor dalam bidang
 - i. IT / ICT
 - ii. Sains Komputer

- iii. Pengurusan Teknologi
- iv. Kaunseling
- v. Lain-lain (soalan terbuka)

Secara keseluruhan boleh dirumuskan daripada 73 orang responden, hanya seramai 13.7% responden menyokong supaya ijazah yang ditawarkan adalah Ijazah Sarjana Muda tanpa minor. Manakala, majoriti responden iaitu seramai 83.6% menyokong supaya ditawarkan penganugerahan ijazah program ini berserta minor.

Jadual 4.11: Taburan responden yang memilih minor atau tanpa minor.

Cadangan	Kekerapan	Peratusan (%)
Tanpa minor	10	13.7
Dengan minor	61	83.6
Tiada respon	2	2.7%

Responden dibenarkan menanda lebih daripada satu pilihan. Oleh itu ada antara responden yang telah menanda kesemua minor untuk penganugerahan ijazah dengan alasan 'asalkan ianya berkaitan' dengan kursus utama iaitu psikologi industri. Jadual di bawah ini menunjukkan bilangan serta peratus responden yang menanda pilihan yang telah diberikan dalam soalselidik.

Jadual 4.12: Taburan responden yang memilih penganugerahan ijazah yang sesuai di pasaran.

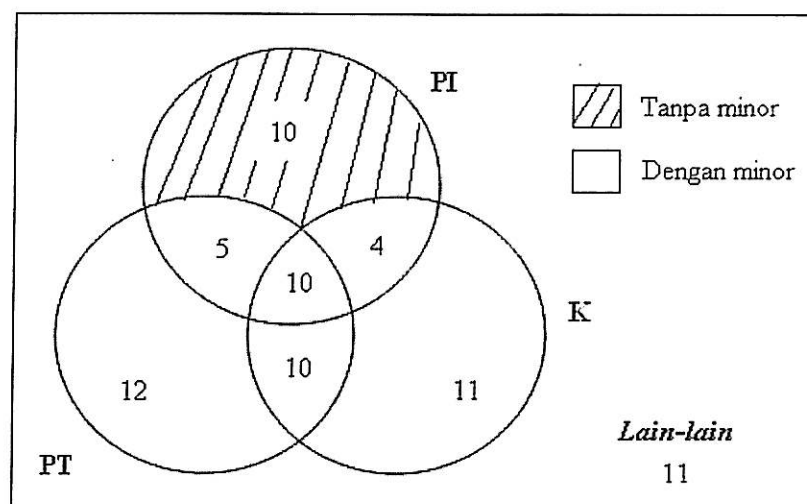
Ijazah	Minor	Kekerapan	Peratusan (%)
Psikologi Industri	-	29	39.7
Psikologi Industri	Pengurusan Teknologi	37	50.7
Psikologi Industri	Kaunseling	35	47.9
Psikologi Industri	IT / ICT	20	27.4
Psikologi Industri	Sains Komputer	8	11.0

Selain daripada lima pilihan yang telah diberikan, responden juga dibenarkan untuk mencadangkan minor yang dianggap bersesuaian.

Jadual 4.13: Cadangan minor daripada responden.

Minor	Kekerapan	Peratusan (%)
Komunikasi	2	2.7
Pengurusan Sumber Manusia	4	5.4
Pemasaran	1	1.4

Dari Jadual 4.12 jelas didapati Pengurusan Teknologi dan Kaunseling menyumbang kepada peratus tertinggi dalam pemilihan minor daripada responden. Oleh itu, gambarajah Venn dalam Rajah 4.5 ditunjukkan untuk menerangkan dengan lebih jelas bilangan responden yang memilih 3 jenis penganugerahan ijazah yang dianggap popular iaitu Ijazah Sarjana Muda Psikologi Industri berserta minor dalam bidang Pengurusan Teknologi dan Kaunseling.



- PI : Sarjana Muda Psikologi Industri
 PT : Minor dalam Pengurusan Teknologi
 K : Minor dalam Kaunseling

Rajah 4.5: Taburan jawapan responden.

Rajah 4.5 menunjukkan cadangan penganugerahan ijazah dan daripada dapatan yang diperolehi, didapati seramai 39.7% responden yang memilih Sarjana Muda Psikologi-Industri. Selebihnya mencadangkan agar ijazah ini minor dengan bidang yang lain iaitu Pengurusan Teknologi dan Kaunseling.

4.2.3 Analisis Deskriptif Prospek Kerjaya (Bahagian C)

4.2.3.1 Bilangan Jawatan

Jadual 4.14 menunjukkan bahawa organisasi mahukan peluang jawatan kosong kepada bakal lepasan graduan sebanyak satu hingga tiga jawatan sahaja iaitu peratusan tertinggi sebanyak 80.8%.

Jadual 4.14: Taburan kekerapan dan peratusan bilangan jawatan yang ditawarkan.

Bilangan Jawatan	Kekerapan	Peratusan (%)
Tiada	1	1.4
1 – 3	59	80.8
4 – 6	4	5.5
7 – 9	1	1.4
Lain-lain	8	10.9
Jumlah	73	100

4.2.3.2 Jawatan yang Layak Dipohon

Jadual 4.15 menunjukkan jawatan-jawatan yang boleh dijawab oleh bakal graduan program ini. Jawatan dalam bidang sumber manusia memiliki peratusan tertinggi iaitu 35.62% dan ini bermakna jawatan sumber manusia paling bersesuaian untuk graduan Psikologi Industri. Manakala jawatan jurutera, perniagaan, pentadbiran, eksekutif pengeluaran, pegawai

perhubungan awam, dan penyelidik masing-masing mendapat peratusan terendah iaitu hanya 1% dan diklasifikasikan dalam kategori lain-lain.

Jadual 4.15: Jawatan yang layak dipohon.

Bidang	Kekerapan	Peratus (%)
Sumber Manusia (Pegawai / Eksekutif)	26	35.62
Pengurusan (Pegawai / Eksekutif)	12	16.44
Pemasaran (Pegawai / Eksekutif)	6	8.22
Pegawai Hubungan Indusri	2	2.74
Pensyarah	2	2.74
Latihan	2	2.74
Teknologi Maklumat (Pegawai / Eksekutif)	2	2.74
Kaunselor	2	2.74
Lain-lain	6	8.22
Tiada respon	13	17.8
JUMLAH	73	100.0

4.2.3.3 Kelayakan Pendapatan yang Akan Ditawarkan

Jadual 4.16 pula menunjukkan responden berpendapat bahawa lepasan graduan layak menerima pendapatan dalam lingkungan RM 1501 hingga RM 2000 dan ianya dianggap setimpal dengan kelulusan dan pasaran terkini.

Jadual 4.16: Kelayakan pendapatan yang akan ditawarkan.

Pendapatan (RM)	Kekerapan	Peratus (%)
1001 – 1500	14	19.2
1501 – 2000	41	56.1
2001 – 2500	14	19.2
Lain-lain	1	1.4
Tiada respon	3	4.1
JUMLAH	73	100.0

4.2.3.4 Peluang Kenaikan Pangkat

Jadual 4.17: Peluang kenaikan pangkat.

Jawapan	Kekerapan	Peratus (%)
Ya	63	86.4
Tidak	5	6.8
Tiada respon	5	6.8
JUMLAH	73	100.0

Jadual 4.17 menunjukkan peluang bagi kenaikan pangkat untuk lepasan graduan Psikologi Industri. Seramai 63 orang majikan berpendapat bahawa peluang kenaikan pangkat cerah dengan peratusan sebanyak 86.3 %. Ini adalah sesuatu yang positif di mana bakal graduan boleh dinaikkan pangkat jika bekerja dengan bersungguh-sungguh dan ganjaran ini bukan hanya berlandaskan kelayakan yang ada.

4.2.3.5 Peluang Tahap Jawatan untuk Kenaikan Pangkat

Jadual 4.18: Peluang tahap jawatan untuk kenaikan pangkat.

Jawatan	Kekerapan	Peratus (%)
Pengurus	34	46.5
Pegawai / Esksekutif	6	8.2
Penolong Pengurus	11	15.1
Penolong Pegawai / Esksekutif	1	1.4
Pegawai Kanan (<i>Senior</i>)	20	27.4
Lain-lain	1	1.4
JUMLAH	73	100.0

4.2.4 Analisis Deskriptif Kefahaman Organisasi Mengenai Peranan Psikologi Industri (Bahagian D)

4.2.4.1 Kefahaman Organisasi Mengenai Peranan Psikologi Industri

Jadual 4.19: Kefahaman organisasi mengenai peranan Psikologi Industri.

Bil.	Item	Kekerapan dan Peratus (%)		
		Tidak Setuju	Neutral	Setuju
1.	Saya tidak tahu apa-apa mengenai Psikologi Industri.	32 (43.8%)	16 (21.9%)	16 (21.9%)
2.	Saya tidak pernah mendengar tentang psikologi industri.	37 (50.7%)	9 (12.3%)	18 (24.6%)
3.	Saya sangat bersetuju jika organisasi ini mempunyai ahli psikologi industri.	20 (27.4%)	15 (20.5%)	29 (39.7%)
4.	Saya percaya bahawa dengan adanya ahli psikologi industri akan dapat	25 (34.2%)	15 (20.5%)	22 (30.2%)

	meningkatkan reputasi organisasi ini.			
5.	Saya memahami peranan psikologi industri dalam organisasi saya.	8 (11.0%)	21 (28.8%)	34 (46.6%)
6.	Saya mendapati bahawa psikologi industri memainkan peranan yang penting dalam organisasi.	4 (5.5%)	9 (12.3%)	50 (68.5%)
7.	Kami mempunyai perancangan untuk mengambil pegawai psikologi industri.	11 (15.1%)	36 (49.3%)	15 (20.5%)
8.	Saya amat merasakan organisasi ini perlu mengambil perkhidmatan ahli psikologi industri.	5 (6.8%)	22 (30.1%)	36 (49.3%)
9.	Kami kekurangan pakar psikologi industri.	5 (6.8%)	20 (27.4%)	38 (52.1%)
10.	Di organisasi ini, segala konflik, isu dan masalah ditangani oleh staf yang berpengetahuan dalam psikologi.	24 (32.9%)	16 (21.9%)	23 (31.5%)
11.	Kami tidak memerlukan ahli psikologi industri di organisasi kami.	32 (43.9%)	23 (31.5%)	9 (12.3%)
12.	Kami tiada masalah dalam menangani konflik organisasi.	26 (35.6%)	16 (21.9%)	22 (30.2%)
13.	Terdapat seseorang dalam organisasi ini yang bukan pakar psikologi industri tetapi mampu menyelesaikan konflik dengan efektif.	9 (12.3%)	21 (28.8%)	33 (45.2%)
14.	Pengambilan ahli psikologi industri boleh mempertingkatkan reputasi organisasi kami.	1 (1.4%)	18 (24.7%)	45 (61.6%)
15.	Integrasi psikologi industri ke dalam kerja praktis organisasi mampu meningkatkan produktiviti kami.	1 (1.4%)	18 (24.7%)	45 (61.6%)
16.	Sikap pengurusan terhadap peranan psikologi industri perlu berubah.	0 (0%)	22 (30.1%)	42 (57.5%)

17.	Di Malaysia, psikologi industri tidak berapa diiktiraf oleh kebanyakan organisasi.	3 (4.1%)	18 (24.7%)	42 (57.6%)
18.	Kerajaan sepatutnya mengiklankan peranan dan perkhidmatan psikologi industri kepada umum.	1 (1.4%)	8 (11.0%)	55 (75.3%)

Sebahagian besar daripada responden iaitu 65.7% tidak memahami peranan sebenar seorang psikologi industri. Walau bagaimanapun ini tidak menghalang mereka daripada menyatakan persetujuan mereka (24.6%) bahawa pakar psikologi industri memainkan peranan yang penting dalam sesebuah organisasi. Seterusnya, 49.3% benar-benar merasakan organisasi mereka perlu mengambil ahli psikologi industri. Kenyataan ini disokong dengan seramai 52.1% responden bersetuju mereka kekurangan pakar dalam bidang ini. Kehadiran pakar psikologi industri adalah penting bagi membantu konflik dalaman organisasi memandangkan lebih 32.9% bersetuju menyatakan bahawa konflik organisasi mereka ditangani oleh mereka yang tiada pengetahuan dalam psikologi. Manakala 21.9% tidak pasti siapakah yang bertanggungjawab dalam menyelesaikan konflik dan isu organisasi mereka. 61.6% responden bersetuju dengan pengambilan psikologi industri mampu meningkatkan reputasi dan produktiviti organisasi.

4.2.4.2 Isu-isu di Tempat Kerja

Jadual 4.20: Tahap keprihatinan terhadap isu-isu di tempat kerja.

Bil.	Isu-isu di Tempat Kerja	Kekerapan dan Peratus		
		Sangat penting	Penting	Tidak Penting
1.	Keselamatan	47 (64.4%)	16 (21.9%)	1 (1.4%)
2.	Kemalangan	42	21	1

		(57.5%)	(28.8%)	(1.4%)
3.	Kerja berkumpulan	42 (57.5%)	21 (28.8%)	1 (1.4%)
4.	Peningkatan prestasi	42 (57.5%)	18 (24.7%)	4 (5.5%)
5.	Pendidikan dan latihan	39 (53.4%)	25 (34.2%)	64 (87.7%)
6.	Tekanan kerja	37 (50.7%)	25 (34.2%)	2 (2.7%)
7.	Ketidakhadiran kerja	37 (50.0%)	25 (34.2%)	2 (2.7%)
8.	Kecederaan di tempat kerja	35 (47.9%)	27 (37.0%)	2 (2.7%)
9.	Pemilihan pekerja	33 (45.2%)	29 (39.7%)	2 (2.7)
10.	'Burn-out'	26 (35.6%)	30 (41.1%)	4 (5.5%)
11.	Analisis kerja	28 (38.4%)	33 (45.2%)	3 (4.1%)
12.	Gangguan seksual	25 (34.2%)	30 (41.1%)	9 (12.3%)

Dari Jadual 4.20 di atas secara umumnya dapat dirumuskan bahawa, isu tempat kerja adalah satu perkara yang perlu diambil berat oleh industri. Sekiranya isu-isu ini tidak dibendung maka akan berlaku pergolakan dan masalah yang lebih besar di tempat kerja. Hasil dapatan menunjukkan keselamatan di tempat kerja merupakan isu yang paling dititikberatkan. Manakala, kemalangan di tempat kerja, kerja berkumpulan, dan peningkatan prestasi merupakan isu kedua penting bagi industri yang terlibat dalam kajian ini. Keseriusan isu yang dipaparkan dalam Jadual 4.20 ini dapat dirumuskan bahawa khidmat seorang pakar seperti ahli Psikologi Industri perlu diperkenalkan bagi membantu menangani isu dan konflik di tempat kerja ini.

4.2.4.3 Kriteria yang Diutamakan oleh Majikan

Bagi melahirkan graduan yang memiliki pakej yang lengkap, kriteria ini perlulah diambil kira. Dapatan ini dapat menggambarkan apakah sebenarnya yang dicari-cari oleh penemuduga sesebuah organisasi daripada seorang siswazah. Responden telah diminta untuk menandakan kriteria yang paling utama sebagai pangkat 1 dan yang paling tidak diutamakan sebagai pangkat 10 bagi 10 kriteria yang disenaraikan. Jadual 4.21 menunjukkan kemahiran dan skil yang telah dipilih sebagai kriteria yang paling utama iaitu pangkat 1.

Jadual 4.21: Kriteria yang diutamakan oleh majikan.

Bil.	Kriteria	Peratus terpilih sebagai pangkat 1
1.	Kemahiran komunikasi dan interpersonal yang baik	13 (17.8%)
2.	Pengalaman yang relevan	8 (11.0%)
3.	Keputusan yang cemerlang	8 (11.0%)
4.	Mampu mempamerkan diri secara positif	8 (11.0%)
5.	Kepimpinan	7 (9.6%)
6.	Matang	3 (4.1%)
7.	Fleksibel	2 (2.7%)
8.	Boleh menyelesaikan masalah	2 (2.7%)
9.	Bersemangat	1 (1.4%)
10.	Mudah bersosial	1 (1.4%)

Hasil kajian ini mendapati bahawa keputusan yang baik tidak menjanjikan 100% peluang pekerjaan. Malah komunikasi adalah diterima sebagai aset yang paling penting dalam meraih tempat di pasaran buruh di samping pengalaman yang relevan dengan jawatan yang dimohon.

BAB 5

KESIMPULAN

5.1 Pengenalan

Bab ini akan merumuskan semua hasil yang telah diperolehi daripada kajian pasaran yang telah dijalankan ke atas 73 organisasi dan industri di Malaysia dan akhirnya akan dijadikan panduan kepada pembentukan kurikulum, kertas kerja, dan program psikologi industri di UTM. Penyelidik juga akan berkongsi beberapa cadangan berdasarkan hasil kajian di akhir bab ini.

5.2 Latar Belakang Responden

Responden yang terlibat dalam kajian ini telah menepati ciri-ciri yang diperlukan iaitu sekurang-kurangnya berjawatan pegawai atau eksekutif yang peka dengan permintaan sumber tenaga kerja semasa, perubahan pasaran buruh, berpengetahuan dalam pengrekrutan serta pengambilan pekerja, dan terlibat dalam aktiviti kerjaya staf. Majoriti responden yang terpilih adalah dari syarikat dan industri swasta dan 52.1% responden daripada jabatan sumber manusia.

Jadual 5.1: Ciri-ciri responden kajian pihak industri.

Ciri-ciri responden	Bilangan	Peratus (%)
Swasta	55	76.7
Jabatan Sumber Manusia	38	52.1
Pegawai / Eksekutif	22	30.1
Pengurus	14	19.2
Industri Jentera Berat dan Automotif	14	19.2

Di samping itu, kajian ini telah melibatkan pelajar tahun akhir kursus Psikologi Industri di Universiti Malaysia Sabah. Golongan pelajar ini mampu menilai kemampuan dan kejayaan program yang telah diikuti termasuk subjek, kerja kursus, dan objektif program. Mereka juga boleh membantu dalam memberikan pandangan sebenar mengenai penilaian program, keberkesanan program, prospektif kerjaya graduan dan harapan bakal graduan untuk menembusi pasaran kerja semasa. Kritikan dan pandangan mereka boleh digunakan oleh pihak fakulti dan UTM bagi memantapkan silibus, kurikulum program, dan seterusnya menjadikan program yang akan ditawarkan unik.

5.3 Program yang Perlu Ditawarkan

Hasil kajian telah menunjukkan program yang terbaik untuk ditawarkan adalah Ijazah Sarjana Muda dengan minor. Seramai 83.6 % responden lebih bersetuju sekiranya program ini bukan hanya tertumpu kepada program Psikologi Industri sahaja tetapi didedahkan juga kepada bidang yang lain sebagai minor. Cadangan program minor adalah seperti yang ditunjukkan dalam jadual seterusnya, Jadual 5.2.

Jadual 5.2: Cadangan minor.

Cadangan Industri	Peratus (%)	Cadangan pelajar	Peratus (%)
Pengurusan Teknologi	50.7	IT / ICT	30.4
Kaunseling	47.9	Pengurusan Teknologi	26.1

Pengurusan Teknologi mendapat sokongan besar dari pihak industri untuk dijadikan sebagai minor di samping bidang Kaunseling.

5.4 Struktur dan Kandungan Silibus

Sebanyak 24 subjek telah dicadangkan dalam soalselidik yang diedarkan kepada responden. Mereka kemudiannya telah diminta supaya menilai subjek tersebut dengan menggunakan skala likert lima mata mengikut kesesuaian subjek dengan pasaran semasa, keperluan industri, aplikasi di tempat kerja, dan perkembangan teknologi.

Enam subjek telah mendapat sokongan yang tinggi iaitu sekurang-kurangnya 90% daripada responden iaitu Kaunseling di Tempat Kerja, Prinsip Pengurusan, Bahasa Inggeris untuk Komunikasi, Perkembangan dan Perubahan Organisasi, Kepimpinan Organisasi, dan Komunikasi Korporat. Bagaimanapun, hanya 50% responden yang bersetuju dua subjek kuantitatif iaitu Pengenalan kepada Statistik dan Analisis Data dalam Psikologi ditawarkan dalam program ini.

Jadual 5.3 berikut adalah rumusan keseluruhan peratusan yang diperolehi oleh subjek yang mendapat sokongan yang tinggi.

Jadual 5.3: Subjek yang mendapat peratusan tinggi (Industri).

Bil.	Subjek	Kekerapan (Peratusan)
1.	Kaunseling di Tempat Kerja	71 (97.3%)
2.	Prinsip Pengurusan	69 (94.5%)
3.	Bahasa Inggeris untuk Komunikasi	68 (93.2%)
4.	Perkembangan dan Perubahan Organisasi	67 (91.8%)
5.	Kepimpinan Organisasi	67 (91.8%)
6.	Komunikasi Korporat	66 (90.4%)

Manakala subjek yang tidak mendapat sokongan tinggi daripada responden adalah Kaedah Statistik dalam Psikologi (53.4%), Pengenalan Statistik (56.2%) dan Tesis (60.3%).

5.5 Kesesuaian Subjek yang Ditawarkan

Responden juga diminta supaya menilai subjek-subjek yang ditawarkan sama ada ianya dapat memenuhi keperluan dari sudut asas teori, pengaplikasian teknikal, pengaplikasian kuantitatif, kehendak industri, kehendak pasaran semasa, dan kekuatan program. Hasil kajian mendapati subjek-subjek yang dicadangkan dipersetujui dapat mencapai objektif program terutamanya dalam asas teori (64.4%), pengaplikasian teknikal (52.1%), penggunaan ICT (45.2%), pengaplikasian kuantitatif (43.8%), kehendak industri (45.2%), pasaran semasa (38.4%), dan kekuatan program (43.8%).

Secara umumnya, dapat disimpulkan bahawa subjek-subjek yang dicadangkan tiada masalah dalam memenuhi kehendak pasaran semasa, teknologi dan sistem pendidikan terkini.

5.6 Prospektif dan Masa Depan Graduan Program

Hasil kajian pasaran telah mendapat sambutan yang baik dari pihak kerajaan dan swasta. Majoriti responden menyokong bahawa program ini akan mampu melahirkan graduan yang diperlukan oleh perkembangan pasaran kerja dan teknologi. Program ini bukan sahaja dapat mempelbagaikan kursus yang sedia ada di UTM tetapi dapat menyaingi graduan dari kursus yang telah pun ada di pasaran kerja semasa. Ini disokong oleh 52.1% responden yang mengatakan mereka kekurangan pakar dalam bidang ini dan 49.3% menyatakan mereka amat merasakan keperluan pakar psikologi industri di organisasi mereka. 53.4% responden pula memberikan komen yang amat positif dengan bersetuju bahawa dalam masa lima tahun akan datang graduan program ini mempunyai peluang dan persaingan yang cerah dalam industri buruh di Malaysia.

5.6.1 Peluang Kerjaya bagi Graduan Program

Jadual berikut merupakan rangkuman beberapa jadual dalam Bab 4 yang berkaitan dengan prospek kerjaya graduan.

Jadual 5.4: Peluang kerjaya graduan Psikologi Industri.

Bil	Item	Respon tertinggi	Peratus (%)
1.	Bidang jawatan yang layak dipohon	Sumber manusia	35.62
		Pengurusan	16.44
		Pemasaran	8.33
2.	Bilangan kekosongan jawatan yang boleh ditawarkan	1 hingga 3	80.8
3.	Kelayakan pendapatan	RM 1501-RM 2000	56.2
4.	Peluang kenaikan pangkat	Ya	86.3
5.	Jawatan untuk kenaikan pangkat	Pengurus	46.6
		Pegawai kanan	27.4

Dapatan ini merumuskan bahawa bakal graduan program ini akan dapat diterima dan kemahiran mereka akan diiktiraf oleh industri dalam kajian ini. 87.7% bersetuju untuk membuka peluang pekerjaan kepada graduan kursus ini dan menawarkan sekurang-kurangnya satu kekosongan jawatan. 35.62% daripada responden yang dikaji pula berpendapat bahawa lulusan Psikologi Industri ini sesuai untuk diterapkan ke dalam Jabatan Sumber Manusia di organisasi mereka tetapi tugas dan tanggungjawab ini boleh diperluaskan lagi.

5.7 Isu dan Konflik Organisasi Semasa

Struktur kurikulum yang akan dibentuk juga perlu melihat isu dan konflik semasa yang dihadapi oleh industri di Malaysia. Ini bagi memastikan keseluruhan program ini relevan dengan kehendak industri dan boleh diaplikasikan dalam peningkatan tingkah laku, emosi, dan produktiviti sumber manusia.

Isu dan konflik di tempat kerja yang dianggap serius oleh responden dan perlu dititikberatkan adalah keselamatan (64.4%), kemalangan (57.5%), dan kerja berkumpulan (57.5%). Manakala 'burn-out' (35.6%), analisis kerja (38.4%), dan gangguan seksual (34.2%) dianggap kurang penting.

Subjek-subjek yang ditawarkan perlulah mendedahkan pelajar kepada kemahiran untuk menyelesaikan atau menangani isu-isu seperti keselamatan, kemalangan di tempat kerja, kerja dalam kumpulan, dan peningkatan prestasi kerja dan keseluruhan organisasi.

5.8 Bidang Psikologi Industri dari Perspektif Industri

Walaupun secara umumnya majoriti responden tahu akan kewujudan ahli psikologi industri tetapi masih ramai di antara mereka yang kurang pasti peranan sebenar ahli psikologi industri dalam sesebuah organisasi. Seramai 68.5% daripada responden percaya bahawa peranan ahli I/O adalah penting tetapi 64.4% daripada responden masih belum bersedia untuk mengambil ahli I/O dalam industri mereka. Ini mungkin disebabkan ramai yang masih lagi kabur dalam memahami siapa sebenarnya ahli psikologi industri ini. Warga Malaysia khususnya mereka yang berada dalam bidang perindustrian dan perkilangan sepatutnya memahami dan menerima kehadiran ahli I/O dalam aktiviti industri mereka bagi menghadapi perubahan teknologi dan menangani masalah yang tidak terjangka. Oleh itu, 57.5% responden bersetuju mengatakan sikap pengurusan perlu berubah terhadap peranan ahli psikologi industri.

Pemilik industri, pelabur dan majikan pula memainkan peranan yang terlalu sedikit dalam perkembangan bidang psikologi di negara ini. Bidang ini yang sering dianggap kelas kedua dan disalahtafsirkan sebagai bidang sains sosial yang tidak penting. Bagi memperbaiki keadaan ini, 75.3% responden bersetuju supaya kerajaan mengambil inisiatif mengiklankan peranan dan perkhidmatan psikologi industri kepada umum.

5.9 Kriteria yang Diperlukan oleh Majikan

Bagi memastikan graduan program ini dapat meningkatkan daya saing mereka di peringkat nasional dan global, kriteria-kriteria ini perlulah diberi perhatian dan diterapkan dalam struktur kurikulum program. Kriteria yang didapati mampu mempertingkatkan kompetensi dan kemahiran graduan adalah seperti yang ditunjukkan dalam Jadual 5.5. Kemahiran berkomunikasi menjadi pilihan utama responden diikuti oleh pengalaman, keputusan yang cemerlang, mempunyai personaliti positif, dan sifat kepimpinan.

Jadual 5.5: Kriteria yang paling diutamakan oleh industri kajian.

Bil.	Kriteria pertama (utama) yang dipilih	Kekerapan/Peratus
1.	Kemahiran komunikasi dan interpersonal yang baik	13 (17.8%)
2.	Pengalaman yang relevan	8 (11.0%)
3.	Keputusan yang cemerlang	8 (11.0%)
4.	Mampu mempamerkan diri secara positif	8 (11.0%)
5.	Kepimpinan	7 (9.6%)

5.10 Cadangan bagi Memajukan Bidang Psikologi Industri

Beberapa cadangan telah diberikan oleh responden bagi mempertingkatkan dan memperkenalkan bidang psikologi industri ini kepada umum, antaranya:

- i. Organisasi dan industri perlu mengadakan kerjasama dan perhubungan secara tidak formal dengan pihak akademik (institusi pengajian tinggi, ahli akademik, kolej, dan sekolah) dalam memberikan maklumat mengenai perkembangan kemahiran generik yang dikehendaki oleh pasaran kerja terkini, contohnya latihan industri. Dengan cara ini, pihak akademik lebih peka dalam menyediakan siswazah yang berkaliber.

- ii. Kerajaan perlu memainkan peranannya dalam mempromosikan dan mengiklankan peranan dan perkhidmatan ahli psikologi industri kepada masyarakat, khususnya industri dan masyarakat.
- iii. Kerajaan perlu melaksanakan akta atau polisi yang mengiktiraf kedudukan dan kepakaran I/O seperti profesion yang lain seperti doktor dan peguam.
- iv. Kerajaan dan badan bukan kerajaan perlu menggalakkan lebih banyak universiti dan kolej di Malaysia supaya menawarkan kursus ini sebagai satu kursusnya tersendiri dan bukan hanya sekadar sebagai satu subjek dalam kursus yang lain.
- v. Para akademik perlu menggembelng tenaga dengan mengadakan bengkel, program latihan, dan seminar yang berkaitan dengan peranan ahli psikologi industri kepada masyarakat.

5.11 Rumusan

Kajian ini tidak dijalankan melalui pemerhatian spesifik tetapi penyelidik hanya bergantung kepada jawapan yang telah diberikan kepada soalselidik dan informan kajian dalam bidang Sumber Manusia bagi memahami isu pasaran kerja semasa.

Secara kesimpulannya, kursus Ijazah Sarjana Muda Psikologi Industri yang dicadangkan sebagai kursus baru di Fakulti Pengurusan dan Pembangunan Sumber Manusia adalah satu langkah yang baik dan diterima oleh pelbagai pihak, organisasi dan industri. Kursus ini dipercayai lebih berjaya menembusi pasaran semasa sekiranya ianya ditawarkan sebagai program minor samada minor dalam bidang Pengurusan Teknologi atau pun Kaunseling. Dapatan kajian menyokong bahawa kursus baru ini mampu menyaingi kursus-kursus yang sedia ada di UTM mahupun di seluruh IPT di Malaysia. Memandangkan kursus ini hanya ditawarkan di peringkat Ijazah Sarjana Muda di Universiti Malaysia Sabah (UMS), penawaran kursus ini mampu memperkukuhkan lagi sistem pendidikan tinggi yang sedia ada di Malaysia.

Dengan adanya kursus ini di UTM, ianya pasti mendapat sambutan dari pelajar di sekitar Malaysia Barat yang menghadapi kesukaran untuk mengikuti kursus yang sama di UMS. Kursus ini juga dapat diterima oleh majoriti industri sama ada pihak kerajaan mahu pun swasta dan telah dibuktikan melalui kajian pasaran ini. Peranan ahli psikologi industri dalam membantu menangani isu dan konflik di tempat kerja dan meningkatkan produktiviti tidak dinafikan oleh responden kajian. Malah ada di antara bakal majikan yang sanggup menawarkan lebih daripada empat kekosongan jawatan dalam masa tiga tahun akan datang. Peluang ini sepatutnya dipergunakan oleh pihak UTM. Di samping itu, pihak kerajaan juga perlu memainkan peranan dalam memperkenalkan dan mempromosikan peranan ahli psikologi industri kepada masyarakat tempatan.

Seandainya segala cadangan di seksyen 5.10 dipertimbangkan dan promosi kursus ini dapat diperluaskan, nescaya satu hari nanti graduan kursus ini akan diiktiraf kepakarannya oleh semua warga Malaysia. Tidak menghairankan juga sekiranya selepas ini banyak IPTA dan IPTS yang lain akan menjejaki langkah UTM dalam penawaran kursus seumpama ini.

RUJUKAN

- Ahmad Shukri Mohd. Nain (2004). *Tingkah Laku Organisasi: Pengenalan Tingkah Laku Individu*. Penerbit Universiti Teknologi Malaysia, Skudai, Johor.
- Beaumont, P. B. (1993). *Human Resource Management: Key Concepts and Skills*. London: Sage Publication.
- Beck, R. C. (1990). *Motivation Theories and Principles*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Buchmann, M. (2002). *Labour Market Entry and Beyond: Some Reflections on the Changing Structure of Work*. Education and Training. 4/5. 217-223.
- Cullen, J. (2004). *Identifying Sectoral Management Cultures through Recruitment Advertising*. Leadership & Organization Development. 3. 279-291.
- Cullen, J. (2004). *LIS Labour Market Research: Implications for Management Development*. Library Management. 3. 138-145.
- Daft, Richard L., and Robert H. Lengel. (1998). *Fusion Leadership: Unlocking the Subtle Forces that Change People and Organizations*. San Francisco: Berrett-Koehler.
- Dessler, G. (2003). *Human Resource Management*. 9th ed. Upper Saddle River, N. J.: Pearson Education, Inc. 96-102.

- Fariha Aiza R., Intan Suhana M. R., and Lee S. S. (2005). *Analisis Penawaran Kerja Semasa Berdasarkan Iklan Akhbar Tempatan: Utusan Malaysia, New Straits Times dan Sin Chiew Daily*. Projek Sarjana Muda: Universiti Teknologi Malaysia.
- Fong Chan Onn. *Ucapan Sempena Majlis Penyampaian Sijil Skim Latihan Garduan II di Kota Kinabalu*. 28 Jun 2004.
- Gammie, E. (1996). *Accountancy Graduate Selection Procedures: A Critical Analysis*. Career Development International. 1. 31-38.
- Goldenson, Robert M. (1994). *The Encyclopedia of Human Behavior: Psychology, Psychiatry, and Mental Health*. New York: Doubleday & Company, Inc.
- Harian Metro. *48,100 Menganggur Sehingga Mac 2004*. 27 September 2004.
- Harian Metro. *Penemuduga Utama Pengalaman*. 27 September 2004.
- Heneman III, H. G. and Judge, T. A. (2003). *Staffing Organizations*. 4th ed. Burr Ridge, IL.: McGraw-Hill Higher Education. 90-145.
- Ibrahim Abu Shah (2004). *Graduan dan Isu Pengangguran*. Artikel Naib Canselor UiTM.
- Jabatan Perdana Menteri Malaysia (2001). *Rancangan Malaysia ke Lapan 2001-2005*. Percetakan Nasional Malaysia Berhad: Kuala Lumpur.
- Jabatan Tenaga Rakyat (2002). *Laporan Tahunan 2001*. Insititut Latihan Perindustrian: Kuala Lumpur.

- Kementerian Sumber Manusia (2004). *Laporan Tahunan 2003 Kementerian Sumber Manusia (KSM)*. Mutucetak Sdn. Bhd.: Kuala Lumpur.
- Krannich, R. L. and Krannich, C. R. (1993). *Discover the Best Jobs for You: Tools and Strategies for Career Success*. 2nd ed. Manassas Park, VA: Impact Publications. 14-78.
- Laporan Parlimen ke-11. *Langkah-langkah Mempertingkatkan Daya Saing IPT Negara Ini – Datuk Dr. Adham Baba*. 19 April 2005.
- Lee Kum Chee (2004). *Pengurusan Sumber Manusia*. Penerbit Universiti Malaya: Kuala Lumpur.
- Megginson, L. C. (1985). *Personnel Management: A Human Resources Approach*. 5th ed. Homewood, Illinois: Richard D. Irwin, Inc. 165.
- Milkovich, G. T. and Glueck, W. F. (1985). *Personnel Human Resource Management: A Diagnostic Approach*. 4th ed. Plano, Texas: Business Publications. 169, 249 & 254.
- Mohmad Yazam Sharif (2001). *Asas Pengurusan Sumber Manusia: Pendekatan Proses*. Kuala Lumpur, Malaysia: Utusan Publications & Distributors Sdn. Bhd. 3 & 8.
- Mondy, R. W., Noe, R. M. and Premeaux, S. R. (2002). *Human Resource Management*. 8th ed. Upper Saddle River, New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Morgan, R. B. and Smith, J. E. (1996). *Staffing the New Workplace: Selecting and Promoting for Quality Improvement*. Milwaukee, Wisconsin: ASQC Quality Press. 212-221.

New Sunday Times. 48,100 Menganggur Sehingga Mac 2004. 30 Mei 2004.
halaman 1.

Nor Azmi Mostafa (2004). *Bilingualism and Its Relationships with Intelligence and Academic Achievement*. Kuala Lumpur: University of Malaysia Press. 12-17.

Redman, T. and Mathews, B. P. (1995). *Trends in Recruitment: A Ten-Year Retrospective View*. Career Management. 2. 10-16.

Russo, G., Rietveld, P., Nijkamp, P. and Gorter, C. (1995). *Issues in Recruitment Strategies: An Economic Perspective*. Career Management. 3. 3-13.

Schein, E. H. (1994). *Innovative Cultures and Organizations*. Information Technology and the Corporation of the 1990's: Research Studies, Edited by Thomas J. Allen, and Michael S. Scott Morton. 125-146. Oxford University Press, New York.

Shafie Hj. Mohd. Salleh. *Amanat Tahun Baru 2005 – Pengantarabangsaan Pendidikan Tinggi*. Putrajaya. 17 Januari 2005.

Shultz, K. S., and Shultz D. P. (1998). *Master's Training in I/O Psychology: Identifying, Evaluating, and Training Critical Competencies*. Paper presented at the 102nd Annual Conference of the American Psychological Association, Los Angeles.

Siti Rahmah Awang (2005). *Industrial Psychologists. Who are you?*. Presented paper at International Conference Office Management and Technology 2005, Kuala Lumpur.

Spector, P. E. (2003). *Industrial and Organizational Psychology: Research and Practice*. 3rd ed. New York: John Wiley & Sons.

Stewart, J. and Knowles, V. (2000). *Graduate Recruitment and Selection Practices in Small Businesses*. Career Development International. 1. 21-38.

Stone, R. J. (2002). *Human Resource Management*. 4th ed. Milton, Qld: John Wiley & Sons Australia, Ltd. 174-180.

Universiti Teknologi Malaysia (2004). *Buku Majlis Konvokesyen ke-33*. Percetakan Surya Sdn. Bhd.: UTM Skudai.

Weaver C. N. (1980). *Job Satisfaction in the United States in 1970s*. Journal of Applies Psychology. 65. 364-367.

www.dpmm.org.my (20 Februari 2005)

www.mohr.gov.my (20 Februari 2005)

[www.utusan.com my](http://www.utusan.com.my) (01 Januari 2005)

[www.berita online](http://www.beritaonline.com) (23 Mac 2005)

LAMPIRAN

No. Siri:



UNIVERSITI TEKNOLOGI MALAYSIA

**MARKET SURVEY OF A NEW PROGRAM:
BACHELOR OF INDUSTRIAL PSYCHOLOGY**

RESEARCHERS:

**SITI RAHMAH AWANG
AHMAD SHUKRI MOHD NAIN
ISHAK MAD SHAH
YATIMAH SARMANI**

**Faculty of Management And Human Resource Development
(FPPSM)**

General instructions to complete this survey.

The goal of this research is to study the current market demand for industrial psychology graduates. Besides that, this questionnaire is designed to assess the employers' interest and involvement in industrial psychology related issues. Please note that there are four sections in this survey.

Section A : Demography

Section B : Contents of the Program and Their Relevance to the Needs of Organizations

Section C : Job Prospect

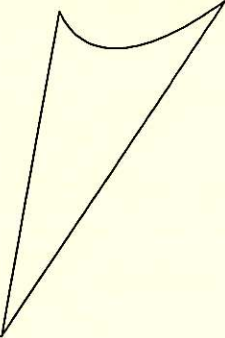
Section D : Industrial Psychology and You

We appreciate your accurate and honest response. Each individual response will be anonymous and confidential. Please refrain from identifying individuals either by name or other forms of identification and be careful about making comments that could be considered libelous or slanderous.

You can answer this questionnaire in English or Bahasa Malaysia.

If you have any questions about the content of this survey, please contact Siti Rahmah Awang on 019-7190001.

Thank you for your participation.



What Can Industrial Psychology Do For You?

Industrial/Organizational Psychology is the psychology that deals with the workplace. It focuses on both the workers and organizations that employ them. Industrial Psychologists apply psychological techniques to personnel administration, management and marketing problems. They are concerned with training employees, improving working conditions, and developing criteria for selecting employees such as creating a new management structure and reorganizing the work setting to improve worker productivity.

In a world where conflict and miscommunication are inevitable, you will definitely need industrial psychologists to help you out!

SECTION A — DEMOGRAPHY

Please fill in the blanks and tick (✓) where applicable

1. Sex:

Male

Female

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

2. Age:

Office
use

☐

3. Race:

Malay

Chinese

Indian

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

☐
☐

Others: _____

4. Occupation:

☐

5a. Name of Organization / University / College

☐

5b. Address:

☐

5c. Name of Contact Person:

☐

Designation of Contact Person:

Telephone No / Fax:

e-mail address:

8. What academic background will be most helpful to potential applicants?

☐

9. What skills do applicants need to succeed at your company?

☐

10. If you have any comment or issue you feel particularly important in the context of the role of the industrial psychologist in an organization, please use the space below.

☐

(eg. How to promote industrial psychologist's role)

5. What is the salary range that you will consider for graduates of this program?

Less than RM 1000

RM 1001 - RM 1500

RM 1501 - RM 2000

RM 2001 - RM 2500

Others (please specify): _____

6. Do the graduates have the opportunity to be promoted to higher positions?

Yes

No

If YES, what position(s) can they fill?

i. _____

ii. _____

iii. _____

7. How would you describe the employment outlook in industrial psychology field in the next 5-10 years?

☐
☐
☐

6. Type of the organization/industry

☐Non-academic

i. Government

ii. Private (Local)

iii. Private (Foreign)

Country: _____

Country: _____

University

i. Locally-owned

ii. Foreign-owned

iii. Twinning

Country: _____

7. Nature of business (e.g.: computer / software, textile, agriculture)

☐

8. How many employees do you have in your entire organization/
department?☐

9. How would you describe the size of your organization within its
market?☐

Small	
Medium	

Large	
Extra Large	

**SECTION B: CONTENTS OF THE PROGRAM AND THEIR RELEVANCE
TO THE NEEDS OF ORGANIZATIONS**

1. Please tick (✓) the answer most relevant to the market needs.

No.	Subject	Not Good	Fairly Good	No Idea	Good	Very Good
1.	Introduction to Psychology					
2.	Social Psychology					
3.	Psychology of Personality					
4.	Principles of Management					
5.	English For Academic Communication					
6.	Organizational Psychology					
7.	Introduction to Statistics					
8.	Personnel Psychology					
9.	Psychological Testing and Measurement					
10.	Creativity and Innovation					
11.	Islamic Psychology					
12.	Corporate Communication					
13.	Research Methodology					

SECTION C — JOB PROSPECT

1. I have never heard of industrial psychology.

Yes ☐

No ☐

☐

2. I understand the role of industrial psychologist.

Yes ☐

No ☐

☐

3. What job opportunities are currently available for industrial psychology graduates in your organization?

(e.g. : *Marketing Executive, Company Secretary, Management Executive, etc.*)

☐

a. _____

b. _____

c. _____

d. _____

4. State the available number of posts in your organization that can be filled by the graduates of this program in the next 3 years.

☐

1 — 3 posts

4 — 6 posts

7 — 9 posts

Others (please specify): _____

<input type="checkbox"/>
<input checked="" type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

3. State whether the proposed subjects fulfill the needs of the program.

	Fully	Partially	None
a. Basic Theory			
b. Technical Application			
c. Use of ICT			
d. Use of Quantitative Skills (e.g. statistics, research)			
e. Market / Industry Relevance			
f. Current Market			
g. Strength of The Program			

4. Which degree do you think is marketable to be granted?
(tick all relevant answers)

1. Bachelor of Industrial Psychology

☐

2. Bachelor of Industrial Psychology and Minor in

IT / ICT

Computer Science

Management Technology

Counseling

Others: _____

(Please give your suggestions)

No.	Subject	Not Good	Fairly Good	No Idea	Good	Very Good
14.	Counseling at the Workplace					
15.	Behaviour Modification					
16.	Ergonomics					
17.	International Management					
18.	Organizational Development And Change					
19.	Marketing And Consumerism Psychology					
20.	Data Analysis in Psychology					
21.	Organizational Leadership					
22.	Facilitator Skills					
23.	Practicum					
24.	Thesis					

2. What are other subjects, programs or services should be included to improve the program?

- i. _____
- ii. _____
- iii. _____